**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 10 Ocak 2023

**Toplantı Sayısı :** 329

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2022/4682**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** *"NEDEN TURKCELL EV İNTERNETİNİ SEÇMELİYİM?"-"İnternetinizi 2 Günde Ücretsiz Kuruyoruz: Turkcell Fiber'i seçtiğinizde 2 gün içinde evinizde fiber internetin keyfini çıkarmaya başlarsınız."* başlıklı reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki, şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgeler ile şikayet edilenin internet sitesi incelendiğinde, ana sayfada *"NEDEN TURKCELL EV İNTERNETİNİ SEÇMELİYİM?"* başlığı ile yayınlanan tanıtımların alt başlıklarından birinin *"İnternetinizi 2 Günde Ücretsiz Kuruyoruz: Turkcell Fiber'i seçtiğinizde 2 gün içinde evinizde fiber internetin keyfini çıkarmaya başlarsınız."* ifadelerini içerdiği ve herhangi bir istisnaya yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; *"NEDEN TURKCELL EV İNTERNETİNİ SEÇMELİYİM?"* başlığı ile yayınlanan tanıtımların alt başlıklarından *"İnternetinizi 2 Günde Ücretsiz Kuruyoruz: Turkcell Fiber'i seçtiğinizde 2 gün içinde evinizde fiber internetin keyfini çıkarmaya başlarsınız."* ifadelerinin herhangi bir istisna şartına yer verilmeksizin kullanıldığı ve her koşulda kurulum işlemlerinin belirtilen sürede tamamlanacağı izlenimi oluşturduğu ancak başvuruda bulunan tüketicinin abonelik işlemlerinin 1 haftadan fazla bir sürede tamamlanabildiği,

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, 7/5-e 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-b ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2022/4728**

**Şikayet Edilen: Ttnet A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** *"Türk Telekoma Hoş Geldiniz Kampanyası"* altında sunulan *"24 Mbps Limitsiz Fiber İnternet"* başlıklı reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden ev interneti aboneliklerine ilişkin reklamda Türk Telekom müşterisi olmayanlara yönelik olarak sunulduğu anlaşılan *“Türk Telekoma Hoş Geldiniz Kampanyası”* başlığı *altında “24 Mbps Limitsiz Fiber İnternet”* seçeneğinin aylık 119 TL fiyatla 24 ay taahhütlü olarak sunulduğu, kampanyanın 15.02.2022 - 31.12.2022 tarihleri arasında geçerli olduğunun ilan edilmesine rağmen daha erken sonlandırıldığı, ekran görüntüsünün 06.10.2022 tarih bilgisini içerdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; *“Türk Telekoma Hoş Geldiniz Kampanyası”* başlığı altında yer alan *“24 Mbps Limitsiz Fiber İnternet”* abonelik seçeneğinin aylık 119 TL fiyatla 24 ay taahhütlü olarak sunulduğu, kampanyanın istisnai bir kayda verilmeksizin 15 Şubat 2022-31 Aralık 2022 tarihleri arasında geçerli olduğunun belirtildiği ancak ticari bir takım sebeplerle süresinden önce 31 Mayıs 2022 tarihinde müşteri alımına kapatıldığı ifade edilmekle birlikte başvuru ekinde yer alan ekran görüntüsünün 06 Ekim tarihli olduğu ve gerek adres satırı gerek sayfa içeriğinden kampanyanın müşteri alımına açık olduğu ve tüketicinin söz konusu kampanyadan yararlanamadığı,

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, 7/3,7/5-b, 7/5-ç, 13/1, 13/9, 28/1, 28/2, 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 **Ttnet A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2022/4887**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Şirket (bayi-müşteri temsilcileri) tarafından yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** Eylül2022

**Yayınlandığı Mecra:** Arama/Ticari Uygulama

**Tespitler:** Ticari uygulamada bulunan şirket tarafından kendisine ait çağrı merkezi üzerinden yapılan görüşmelere ilişkin ses kayıtlarının, fatura ve abonelik sözleşmesi örneklerinin gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Ttnet abonesi olan tüketicinin D-Smart ile ilişkili bir bayi tarafından aranarak Türk Telekom’dan aranıldığı yönünde kendisine yanıltıcı bilgi verilmek suretiyle kampanyalı abonelik seçenekleri sunulduğu ve tüketicinin "söz konusu hatalı bilgilendirme sonucu" kabulü ile "Aydan Aya Taahhütlü Satış Kampanyası Şubat 2022" kampanyasına başvuruya yönlendirildiği,

D-Smart aboneliği de gerçekleştirildikten sonra iki abonelik için de ayrı faturalandırılmaya başlanması üzerine tüketicinin Türk Telekom çağrı merkezi ile iletişime geçtiği ve taahhüt süresinin tamamlanmadığını öğrendiği,

Tüketiciyi abonelik sürecine yönlendiren ilk görüşme kaydının gönderilmediği, dolayısıyla ispat yükü firmada olmasına rağmen tüketici iddialarının aksinin ispatlanamadığı,

Yukarıda bahsedilen yanıltıcı bilgilendirme suretiyle tüketicinin normalde taraf olmayacağı bir kampanyaya abone olmasına sebep olunmak suretiyle tüketicinin güveninin kötüye kullanıldığı,

Diğer taraftan firma tarafından Ttnet/Türk Telekom adının izinsiz kullanılması suretiyle anılan firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve firma lehine kazanç elde edilmek saiki güdüldüğü,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açması nedeniyle bu durumun da aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Andromeda Tv Dijital Platform İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **15.566-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2022/5116**

**Şikayet Edilen: Bimar Yazılım Bilgisayar Telekomünikasyon Reklamcılık Eğitim ve Dan. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** turksatinternet.net adresli internet sitesi üzerinden *"Mevcut Müşteriye Özel Kampanyalar"* başlığı altında yayınlanan *"Mevcut Müşterilere Özel Sınırsız Eğlence Kampanyası"* başlıklı reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki, şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgeler incelendiğinde, şikayetçinin internet sitesinde sunulan *"Mevcut Müşteriye Özel Kampanyalar"* başlığı altında yayınlanan *"Mevcut Müşterilere Özel Sınırsız Eğlence Kampanyası"* nda internet hızlarının 16 Mbps’ye kadar seçeneklerinden başladığı, ücretlendirmenin internet hızına göre değişiklik gösterdiği ve ekran görüntüsünün 02.11.2022 tarih bilgisini içerdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; turksatinternet.net adresli internet sitesinde sunulan *"Mevcut Müşteriye Özel Kampanyalar"* başlığı altında yayınlanan *"Mevcut Müşterilere Özel Sınırsız Eğlence Kampanyası"* nda internet hızlarının 16 Mbps’ye kadar seçeneklerinden başladığı, sehven eklendiği şikayet edilen tarafından da ikrar olunan internet hız seçenekleri arasında 25 Mbps’nin de 24 ay taahhütlü olarak ilk 12 ay 120 TL, sonraki ay 139 TL ücretle sunulduğu, ancak tüketicinin kampanyadan bu şekilde yararlanamadığı,

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, 7/5-b, 13/1, 28/1, 28/2, 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 **Bimar Yazılım Bilgisayar Telekomünikasyon Reklamcılık Eğitim ve Dan. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2022/5306**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Şirket (bayi-müşteri temsilcileri) tarafından yapılan ticari uygulama niteliğindeki haksız aramalar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** Ekim2022

**Yayınlandığı Mecra:** Arama/Ticari Uygulama

**Tespitler:** Ticari uygulamada bulunan şirket tarafından kendisine ait çağrı merkezi üzerinden yapılan görüşmelere ilişkin ses kayıtlarının, fatura ve abonelik sözleşmesi örneklerinin gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Ttnet abonesi olan tüketicinin D-Smart ile ilişkili bir bayi tarafından aranarak Türk Telekom’dan aranıldığı yönünde kendisine yanıltıcı bilgi verilmek suretiyle kampanyalı abonelik seçenekleri sunulduğu ve tüketicinin “söz konusu hatalı bilgilendirme sonucu” kabulü ile “Aydan Aya Taahhütlü Satış Kampanyası Şubat 2022” kampanyasına başvuruya yönlendirildiği,

D-Smart aboneliği gerçekleştirildikten sonra tüketicinin Türk Telekom ile yaptığı görüşmede kendisine anlatıldığı şekilde bir kampanya bulunmadığını öğrendiği ve aboneliğini iptal etmek istediği,

Tüketiciyi abonelik sürecine yönlendiren ilk görüşme kaydının gönderilmediği, dolayısıyla ispat yükü firmada olmasına rağmen tüketici iddialarının aksinin ispatlanamadığı,

Yukarıda bahsedilen yanıltıcı bilgilendirme suretiyle tüketicinin normalde taraf olmayacağı bir kampanyaya abone olmasına sebep olunmak suretiyle tüketicinin güveninin kötüye kullanıldığı,

Diğer taraftan firma tarafından Ttnet/Türk Telekom adının izinsiz kullanılması suretiyle anılan firmanın itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve firma lehine kazanç elde edilmek saiki güdüldüğü,

Dolayısıyla telefon aracılığıyla yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, ayrıca tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açması nedeniyle bu durumun da aldatıcı ihmal neticesinde bir haksız ticari uygulama olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Andromeda Tv Dijital Platform İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **15.566-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2022/2744**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Bimcell Yükleme Şenliği" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.05-31.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**"*Bimcell Yükleme Şenliği*" başlıklı reklamlarda "*Bimcell Yükleme Şenliği Kampanyası 16.05.2022-31.07.2022 tarihleri arasında geçerlidir. İlgili kampanyadan kampanya geçerlilik süresi içerisinde 65 TL ve üzeri yükleme yapan tüm faturasız Bimcell aboneleri faydalanacaktır. Belirtilen koşulları sağlayarak kampanyaya başarıyla katılan abonelere kampanya kapsamında, tek seferde 65 TL-99,99 TL arası yüklemelerinde 7 gün geçerli 5 GB, 100 TL ve üzeri yüklemelerinde ise 30 gün boyunca 5 GB yurt içi cepten internet hakkı sunulacaktır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *"Bimcell Yükleme Şenliği Kampanyası 16.05.2022-31.07.2022 tarihleri arasında geçerlidir. İlgili kampanyadan kampanya geçerlilik süresi içerisinde 65 TL ve üzeri yükleme yapan tüm faturasız Bimcell aboneleri faydalanacaktır. Belirtilen koşulları sağlayarak kampanyaya başarıyla katılan abonelere kampanya kapsamında, tek seferde 65 TL-99,99 TL arası yüklemelerinde 7 gün geçerli 5 GB, 100 TL ve üzeri yüklemelerinde ise 30 gün boyunca 5 GB yurt içi cepten internet hakkı sunulacaktır."* ifadelerine yer verildiği, ancak başvuru sahibi tüketicilerin para yüklemesini gerçekleştirmesine rağmen kampanyadan yararlanamadıkları,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve bu durumun 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 nci 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.

**7)**

**Dosya No: 2022/3807**

**Şikayet Edilen: Vodafone Net İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sınırlı Süreli Çok Avantajlı Fiyatlar" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.06.2022 – 31.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**İşletmeciye ait reklamlarda "\**Sınırlı Süreli Çok Avantajlı Fiyatlar, \*Temmuz Ayına Özel Çok Avantajlı Fiyatlar Sizleri Bekliyor Acele Edin Fırsatı Kaçırmayın! \*İlk 6 ay %50 indirimli Online'a özel Blutv hediye! \*24Mbps ilk 6 ay 53 TL Sonraki 18 ay 116 TL, \*35 Mbps ilk 6 ay 60 TL Sonraki 18 ay 130 TL, \*50 Mbps ilk 6 ay 65 TL Sonraki 18 ay 140 TL, \*Fiyatlar altyapılara göre değişkenlik gösterebilir, Blutv hediyesi sadece 24mbps hızlı 24 ay taahhütlü online tarihlerde geçerlidir."* ifadelerine yer verildiği, tüketicinin fırsatı yakala butonuna tıklayıp açılan ekranda alt yapı sorgulaması yapılması sonrasında *"\*Evde Fiber 24 Mbps ilk 12 ay 90 TL sonraki 12 ay 105 TL, 6 ay Blutv Hediye,20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum , \*Evde Fiber 35 Mbps ilk 12 ay 108 TL sonraki 12 ay 123 TL, Vodafone Fiber, 20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum, \*Evde Fiber 50 Mbps ilk 12 ay 123 TL sonraki 12 ay 138 TL, Vodafone Fiber, 20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum ,\* Evde Fiber 100 Mbps ilk 12 ay 132 sonraki 12 ay 147 TL Vodafone Fiber, 20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum, \* Evde Fiber 200 Mbps ilk 12 ay 150 TL sonraki 12 ay 165 TL Vodafone Fiber, 20 TL/Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum"* tercihlerinin sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *"\*Sınırlı Süreli Çok Avantajlı Fiyatlar, \*Temmuz Ayına Özel Çok Avantajlı Fiyatlar Sizleri Bekliyor Acele Edin Fırsatı Kaçırmayın! \*İlk 6 ay %50 indirimli Online'a özel Blutv hediye! \*24Mbps ilk 6 ay 53 TL Sonraki 18 ay 116 TL, \*35 Mbps ilk 6 ay 60 TL Sonraki 18 ay 130 TL, \*50 Mbps ilk 6 ay 65 TL Sonraki 18 ay 140 TL, \*Fiyatlar altyapılara göre değişkenlik gösterebilir, Blutv hediyesi sadece 24mbps hızlı 24 ay taahhütlü online tarihlerde geçerlidir*." ifadelerine yer verildiği, tüketicinin fırsatı yakala butonuna tıklayıp açılan ekranda alt yapı sorgulaması yapılması sonrasında *"\*Evde Fiber 24 Mbps ilk 12 ay 90 TL sonraki 12 ay 105 TL, 6 ay Blutv Hediye,20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum , \*Evde Fiber 35 Mbps ilk 12 ay 108 TL sonraki 12 ay 123 TL, Vodafone Fiber, 20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum, \*Evde Fiber 50 Mbps ilk 12 ay 123 TL sonraki 12 ay 138 TL, Vodafone Fiber, 20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum ,\* Evde Fiber 100 Mbps ilk 12 ay 132 sonraki 12 ay 147 TL Vodafone Fiber, 20 TL /Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum, \* Evde Fiber 200 Mbps ilk 12 ay 150 TL sonraki 12 ay 165 TL Vodafone Fiber, 20 TL/Ay Modem Ücreti, 600 TL'ye kadar cayma karşılama, Hızlı ve ücretsiz kurulum*" tercihlerinin sunumu neticesinde, tüketici tarafından 100 Mbps ve 200 Mbps hızındaki internet paketleri için başvuru yapıldığı, ancak 29.07.2022 tarihinde 22:00-23:00 saatleri arasında müşteri hizmetleri ile yaptığı görüşmede tüketiciye 100 Mbps hızındaki internet paketinin ilk 12 ay 178 TL internet hizmeti ve 20 TL modem kiralama ücreti, sonraki 12 ay ise 198TL internet ücreti ve 20 TL modem kiralama ücreti ile sunulduğunun belirtildiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda bahse konu internet paketi için belirtilen fiyatların gerçekte uygulanan fiyattan farklı olduğu ve reklamlarda "modem ücreti" olarak belirtilen tutarın kiralama ücreti olduğuna dair herhangi bir ifadenin yer almadığı;

Bu nedenle, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve bu durumun 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**8)**

**Dosya No: 2022/4237**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “IPhone 13 128 GB” kampanyasına ilişkin gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**İşletmeciye ait reklamlarda *"\*IPhone 13 128 GB telefon 10.077,66 TLx3 Ay \*Turkcell Faturanıza Ek \* Bu ürün tüketici finansmanı ile satılmaktadır." ifadesine ve bilgilendirme işaretinin üstüne gelindiğinde "\*Turkcell Finansman A.Ş.'nin finansmanı ile taksit imkanından finansman talebi onaylanmak kaydıyla sadece Turkcell aboneleri faydalanabilir. Belirtilen fiyat ortalama aylık taksit tutarı olup taksitler ve toplam ödeyeceğini tutar finansman geri öde planındaki taksit tarihine göre belirlendiğinden farklılık gösterebilir. Size özel finansman taksit tutarı satın alma işlemini tamamlamadan önce görebilirsiniz."* ifadelerine yer verildiği, ancak tüketicilerin ürünleri almak için tıkladıklarında fiyatın 10.394,74x3 ay olarak göründüğü, finansman talebi onaylandıktan sonra satın alma işlemi gerçekleştirilirken fiyatın 10.418,24x3 ay olarak değiştiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, işletmeye ait reklamlarda *"\*IPhone 13 128 GB telefon 10.077,66 TLx3 Ay \*Turkcell Faturanıza Ek \* Bu ürün tüketici finansmanı ile satılmaktadır." ifadesine ve bilgilendirme işaretinin üstüne gelindiğinde "\*Turkcell Finansman A.Ş.'nin finansmanı ile taksit imkanından finansman talebi onaylanmak kaydıyla sadece Turkcell aboneleri faydalanabilir. Belirtilen fiyat ortalama aylık taksit tutarı olup taksitler ve toplam ödeyeceğini tutar finansman geri öde planındaki taksit tarihine göre belirlendiğinden farklılık gösterebilir. Size özel finansman taksit tutarı satın alma işlemini tamamlamadan önce görebilirsiniz."* ifadelerine yer verildiği, ancak tüketicilerin ürünleri almak için tıkladıklarında fiyatın 10.394,74x3 ay olarak göründüğü, finansman talebi onaylandıktan sonra satın alma işlemi gerçekleştirilirken fiyatın 10.418,24x3 ay olarak değiştiği,

Bu nedenle, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve bu durumun 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turkcell İletişim Hizmetleri 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: 2022/4492**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** 0312 568 08 20, 0850 520 27 48 ve 0850 755 73 73 numaralı hatlar aracılığıyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 17.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Arama / Ticari Uygulama

**Tespitler:** 0312 568 08 20, 0850 520 27 48 ve 0850 755 73 73 numaralı hatlar aracılığıyla Digitürk adına ticari uygulama gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 17.08.2022 tarihinde 16:30-17:30 saatleri arasında 0312 568 08 20 telefon numarası ile tüketicinin Digitürk adına arandığı, bahsi geçen aramada tüketiciye internet taahhüdünün bittiği bilgisi verilerek daha avantajlı kampanyalar bulunduğu vaadiyle tüketicinin Digitürk abonesi yapılmaya çalışıldığı, tüketicinin yapılan teklifi kabul etmesini müteakip 17:30-18:30 saatleri arasında 0850 520 27 48 telefon numarasından tekrar arandığı ve kendisine kayıt aşamasında sorulacak "İnternet kullanıyor musunuz?" sorusuna "Hayır" cevabının verilmesi gerektiğinin belirtildiği, ardından tüketicinin tekrar aranarak kayıt için gerekli soruların sorulduğu ve kaydın onaylandığı, son olarak, tüketicinin 18:00-19:00 saatleri arasında 0850 755 73 73 telefon numarasından Digitürk servisi adına arandığı, ancak tüketicinin abonesi olduğu Dsmart ile yaptığı görüşmede taahhüt süresinin bitmesine bir yıl dört gün kaldığını öğrenmesi neticesinde Digitürk aboneliğini iptal ettirmek istediği, fakat fesih işlemi için aranan telefon numaralarının cevap vermediği,

Bu itibarla, bahsi geçen aramalar yoluyla gerçekleştirilen ticari uygulamanın dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açarak tüketicilerin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozması nedeniyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **15.566-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışaltı Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**10)**

**Dosya No:** **2022/3645**

**Şikayet Edilen: Saliha Sena HOLTA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "regloloji " isimli sosyal medya hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “regloloji” isimli Instagram hesabından 17.08.2022 tarihinde yapılan paylaşımda; *"Trendyolda sadece benim takipçilerime özel indirim geldi verdiğiniz siparişlerde %50 indirim ve 10-15-20TL indirim kazanıyorsunuz, yemeğinizin yarısı bizden. LİNK BİOda."* ifadelerine ve görselde *"bugün kendime trendyoldan %50 indiriminden pizza ısmarladım. Bir türlü başlayamadığım bir diziye başladım..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda,“regloloji” isimli sosyal medya hesabından yapılan paylaşımda herhangi bir reklam, iş birliği ibaresine yer verilmeden takipçileri "Trendyol Yemek" bağlantısına yönlendirmek suretiyle "Trendyol" firmasının 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No:** **2022/4555**

**Şikayet Edilen: Ümran DEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “umran.demir” isimli sosyal medya hesabından yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "umran.demir" isimli Instagram hesabının "hikaye" bölümünde 13.10.2022 tarihinde yapılan paylaşımda; "*Evde her yeri temizledim mis gibi oldu şimdi biraz me time. Dominosa geldim şimdi pizza alıp sahile gidiyorum*" ifadesine, ardından "*Manzaramız*" ifadesiyle Dominostan alınan pizza görsellerine, bir sonraki paylaşımda pizza, patates, kola üçlüsünün fotoğrafıyla birlikte “@dominospizzatr”etiketine ve son olarak da *"sufle aşırı iyiydi*" ifadesiyle sufle fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “umran.demir” isimli Instagram hesabından yayınlanan 13.10.2022 tarihli hikaye paylaşımlarında takipçilerinin tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde övücü ifadelere ve görsellere yer vermek suretiyle söz konusu ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği ve takipçilerini "@dominospizzatr"nin kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu paylaşımlarda herhangi bir reklam ifadesine yer verilmeden "Dominos" 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No:** **2022/4828**

**Şikayet Edilen: Esra BERBER BAŞLAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen “esrageziyor” isimli sosyal medya hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Ekim-Kasım 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "esrageziyor" isimli Instagram hesabından yayınlanan;

01.11.2022 tarihli paylaşımda **".***..@costacruiesofficial için söyleyebilirim ki turları kişi başı 299€'dan başlıyor4. 1 hafta boyunca iç kabin ve yemek dahil fiyatı bu. Benim gördüklerimde gemi içinde neredeyse tüm aktiviteler de dahildi. Havuzlar, şovlar, danslar, çocuk oyun odaları, spor saatleri...her gün sabahtan geceye gemide yapacak bir şey oluyor. Ciddi manada her yaşa ve herkese uygun olabilecek bir seyahat türü. Bebekli ve çocuklu kiminle konuşsam çok rahat olduğunu söylediler ki birkaç aylık bebekle gelen de gördüm. Aklınızda kalan sorular varsa hızlıca cevap verebilmem için yoruma bırakabilirsiniz. #esrageziyorcruise #believeyoureyes #costatoscana*" ifadelerine yer verildiği ve gemide yer aldığınız süre boyunca yapılan hikaye paylaşımlarında da "*@costacruiseofficial #costatoscana #believeyoureyes Costa Toscana'ya buradan ulaşabilirsiniz. COSTACRUİES.EU Linkin içinde 21 Kasım'a kadar balkonlu kabinlerde 100€ indirim sağlayan kod da var. (...) Bu gemide renkler ferah çok sevdim Genel gemi mantığına aşina olunca çabuk alışılıyor ama gemi cidden büyük. (...) 19 katlı bu gemi en üstteki basket/futbol sahası kısmını ayrı bir sevdim. Fark etmesisinizdir gemi büyük ama aynı zamanda epey dolu gibi. Her yaştan herkes var. (...)Bu benim hızlı kahvaltım. Evde olup koştuğum zamanlar 2 öğün rahatlıkla yetse de yoğun programlı seyahatlerde 3 öğün bana mısın demiyor. Normalde açık büfeci değilimdir ama gemininki çok seçenekli olduğundan hem hızlı hem güzel oluyor. Onu da gelecek günlerde görürüz. @costacruiseofficial #costatoscana #believeyoureyes*" şeklinde birçok tanıtım yapıldığı ve "Costa" isimli klasörde ana sayfada bu paylaşımların sabitlendiği,

20.10.2022 tarihli paylaşımda; "*Bu sabah kahvaltı balkona geldi. Gemi seyahatine dair tüm algım değişti bu yıl. Sanırım emekliler kafa dinlemek adına gençlerin ögrenmesini istemiyordu ve hep onlara göre bir gemiymis gibi düşünmemizi istediler ama hiç de öyle değilmiş. Gerçekten her yaş grubundan ve herkese göre bir tur bulmak mümkün. İster 3 gün, ister 1 hafta ister daha da uzunu. Cruise turu yazıp arama yaptığınız an tüm dünyadan yüzlerce tur bulabilirsiniz. Türkiye çıkışlı seçenek az ama Costa'nin turlar var, yurt dışı kalkışlı seçenek elbette çok daha fazla.@costacruisesofficial #costatoscana #believeyoureye*s" ifadelerine yer verildiği,

18.10.2022 tarihli paylaşımlarda; *"Burada her sabah manzaranız değişiyor. Costa Toscana'da da turu? Aslında gemilerdeki odalara kabin diyoruz ama ben genelde ilk gün oda derken sonrasında her nerede kalıyorsam ev demeye bağlıyorum ve önümüzdeki 1 hafta boyunca evim burası o acak. Manzaram ise sırasıyla İtalya, İspanya ve Fransa olarak değişecek. Seyahat Roma'dan bağladı ve tüm detaylari#esrageziyorcostatoscana hashtaginde sizinle paylaşacağım. Bu sefer evimi nasıl buldunuz? @costacruisesofficial #costatoscana #believeyoureyes", "Ben Roma'da güneşi batırırken size de başlangıç noktası yurt dışı olan bir cruise seyahati nasıl oluyor onu anlatayım Gemi yolculuğu için bir plan yaptıysanız eğer aslında çoğu sürecin uçak yolculuğundan farksız olduğunu bilmelisiniz. Ekstra istenen bir şey yoksa, gemi biniş kartınız ve pasaportunuz size gereken ikili olacak. Her şey geminizin kalkacağı limana ulamakla bağlıyor. Limanda terminal geldiğinizde önce biniş kartınızla birlikte valizinizi veriyorsunuz, ardından gemiye giriş işlemleri için güvenlikten geçip sonra size masada yardımcı oluyorlar. Burada da kertinizi verip, pasaportunuzu alıyorlar. Pasaportu seyahatin son günü resepsiyondan teslim alıyorsunuz. Gemiye giriş yaptığınız andan itibaren her şeyi kullanabiliyorsunuz. Valiziniz odanıza geliyor. Valizin gelmesi biraz sürebileceğinden hemen havuza girecekseniz mayonuzu ya da acil ihtiyaçlarınızı yanınızda bulundurmak isteyebilirsiniz. Bunun dışında yeme içme için oda kartınızı kullanıyorsunuz ve başka bir şeye ihtiyaç kalmıyor. Limanlarda dışarı çıkıp girerken terminallerde bu oda kartınızı gösteriyorsunuz. Tabii pasaportunuzun ekran görüntüsü ve isterseniz de fotokopisi yanınızda olsun. Olası tax free alıverişleriniz için ihtiyaç duyacaksınız Genel itibariyle özet böyle. Sorusu olan istediği gibi yorumlara yazabilir. #esrageziyorcostatoscana @costacruisesofficial #costatoscana #believeyoureyes"* ifadelerine ve "*@costacruisesofficial"* etiketine yer verildiği,

26.10.2022 tarihinde yapılan bir diğer paylaşımda ise; "*Condé Nast Traveler okuyucuları tarafından "Dünyanın En iyi Havalimanı," seçilen @igairport ile size hediyelerimiz var \*@igairport ile 2 kişiye çift kişilik yurt iç gidiş-dönüş uçak bileti, 3 kişiye iGA Daily Pass hediye ediyoruz. Kampanyaya katılmak için yapmanız gerekenler çok basit; \* @igairport hesabını takip edip, onların son gönderisini beğenin ve yorumlara en az 2 arkadaşınızı etiketleyin. Kampanyaya @igairport hesabını takip edenler katılabilecek ve kazananı 2 Kasım 2022 tarihinde hikaye üstünden paylaşacağım. Uçuşlar İstanbul Havalimanı çıkışlı veya varisli olacak şekilde planlanacağını da hatırlatayım Bol şans*" ifadelerine yer verilerek "@igairport" isimli sosyal medya hesabının etiketlendiği,

29.10.2022 tarihli "hikaye" paylaşımlarında ise "*@pegasusairlines biletleri satışta. Şimdi bakabilirsiniz bahar ve yaz tarihlerine"* şeklinde farklı destinasyonlara birçok örnek gidiş-dönüş uçak bileti ekran görüntüsü gösterilerek "@pegasusairlines" firmasının sosyal medya hesabının etiketlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “esrageziyor” isimli Instagram hesabından muhtelif tarihlerde yapılan ve detaylarına yer verilen paylaşımlarda anılan markalara ait sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam, işbirliği ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan ürün ve markalara yönlendirme yapmak suretiyle markaların 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**13)**

**Dosya No:** **2022/4829**

**Şikayet Edilen: Oğuzhan ERFİDAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “uygunrotam” isimli sosyal medya hesabından yapılan paylaşımlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait olduğu tespit edilen “uygunrotam" isimli Instagram hesabından yayınlanan,

22.11.2022 tarihli hikaye paylaşımında; "ferrybilet" sayfasının "Biletiniz bizden" başlıklı paylaşımına yer verilerek "*@ferrybilet ve @tilostravelturkiye'de öğretmenlerimize öğretmenler günü hediyesi kampanyası başlamış. İncelemenizi öneririm"* ifadeleri ile "ferrybilet" ve "tilostravelturkiye" etiketlerine yer verildiği,

29.10.2022 tarihli "hikaye" paylaşımlarında da;

*“Samos'a gitmek üzere yola çıkıyoruz. Yolculuk 40 dk sürüyor. @tilostravelturkiye'nin kış aylarında Kos ve Rodos seferleri için sayfayı takip etmenizi öneririm. Ayrıca önümüzdeki sezonda Avrupa'nın en ünlü adası Mykonos'a seferleri başlıyor"* ifadelerine ve "tilostravelturkiye" etiketine yer verildiği,

"dalamanlykiathermal" hesabından yayınlanan *"29 Ekim'e özel sadece 49 Euro Kişi başı fiyatıdır. Bu fırsat kaçmaz. 2gece konaklama sabah kahvaltısı ve akşam yemeği. Ekstra tüm otel içi harcamalarda %2 indirim"* şeklinde bir ekran görüntüsü paylaşılarak *"Bizim de kış tatili için gitmeyi planladığımız @dalamanlykiathermal 29 Ekim için çok güzel bir kampanya yapmış. Bence bir inceleyin. @dalamanlykiathermal"* ifadelerine "dalamanlykiathermal" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "uygunrotam" isimli Instagram hesabından yapılan muhtelif paylaşımlarda anılan işletmelerin sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan kuruluşlara yönlendirme yapmak suretiyle markaların örtülü reklamının yapıldığı,

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

**14)**

**Dosya No:** **2022/4975**

**Şikayet Edilen: Zişan YAŞAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “zishubu” isimli sosyal medya hesabından yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Eylül-Kasım 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler** "@zishubu" isimli Instagram hesabından yapılan;

17.11.2022 tarihli paylaşımda; "@cuwaltesettur" markasının,

06.11.2022 tarihli paylaşımda; "@moisboutiquee" markasının,

13.09.2022 tarihli paylaşımda; "*Twill eşarp: @zaina\_scarfs*" ifadesine yer verilerek “@zaina\_scarfs" markasının resmi hesaplarının etiketlendiği,

Diğer taraftan, 22.11.2022 tarihli hikaye paylaşımında; "*@duassi.giyim üst segment bir mağaza. Tüm iyi tesettür markalarını bulabilirsiniz. ghisa da dahil. Ghisa her yere ürünlerini vermez biliyorsunuz. Konyadaysanız bilgi alıp irekt mağazaya gidin. Aşık olursunuz. bir gün gider sizi gezdiririm*" ifadelerine yer verilirken "işbirliği" ifadesine koyu renkte ve arka fondan ayırt edilemeyecek şekilde yer verildiği,

Bir başka hikaye paylaşımında; "*Dün Elizan'a aldığım kıyafetler gelmişti hatırlarsınız, mağazayı da paylaşmıştım sizinle. Çok fazlaca talep olmuş, çok güzel alışverişler olmuş. Şimdi mağazanın sahibiyle de konuştuk Size Çok Güzel Bir Çekiliş Haberimiz Var. Tam 5 kişiye hediye vereceğiz. Şart çok basit sadece Trendyol mağazasını takibe almak. İnşallah yarın bu saatlerde sonucu açıklamış olurum."* ifadeleriyle birlikte "Koşunnn" isimli Trendyol etiketine yer verildiği, ancak "işbirliği" ifadesine küçük puntoyla yer verildiği böylece ilk bakışta fark edilecek ve okunacak büyüklükte ve arka fondan ayırt edilir nitelikte yer verilmediği,

Ayrıca, "*Ben yeniyim ürünlerinizi nerden görüyoruz?* sorusuna "*Güvenle sipariş verebilirsiniz*." şeklinde cevap verilerek "Zishubeauty" isimli Trendyol bağlantısına yer verildiği ancak herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “zishubu” isimli Instagram hesabından muhtelif tarihlerde yapılan paylaşımlarda anılan marka ve kişilerin sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan ürün ve markalara yönlendirme yapmak suretiyle markaların örtülü reklamının yapıldığı,

Ayrıca “hikaye” paylaşımlarında; "reklam, ortaklık" ibarelerine arka fondan ayırt edilebilir renkte ve boyutta yer verilmediği, böylece söz konusu etiketlerin tüketicilerin ilk bakışta fark edilecek şekilde, kolaylıkla okunabilir ve görülebilir nitelikte sunulmadığı 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 **Zişan YAŞAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No:** **2022/5701**

**Şikayet Edilen: İdil YAZAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "idilyazar" isimli Instagram hesabından yayınlanan "micaochocolates" markasına yönelik paylaşım

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "idilyazar" isimli Instagram hesabından yayınlanan 10.11.2022 tarihli videolu paylaşımda; *"çikolata severler buradaysa çıtır çıtır bir krokan tarifiyle geldim. İçinde böyle yaban mersini var, mısır gevreği var, fındık var. Haydi başlayalım. Micao %80 dark chocolate kullanıyorum. (...)* ifadeleri ile alt metinde tarif verilirken *"bizim %80 çikolatanın içeriği çok zengin, içine fındık mısır gevreği ve kuru yaban mersini ekleyince çıtır çıtır bir atıştırmalık oldu, deneyin derim. Malzemeler 150 gram @micaochocolate %80 dark chocolate"* ifadelerine ve video üzerinde "@micaochocolate" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 10.11.2022 tarihinde “idilyazar” isimli Instagram hesabından yayınlanan video paylaşımında “micaochocalate” ürünlerinin tanıtımı yapıldığı halde reklam olduğunun açıkça anlaşılır olmadığı, inceleme konusu paylaşımda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, böylece söz konusu etiketi tıklayan tüketicileri "micaochocolates" isimli sosyal medya hesabına ve sanal mağazaya yönlendirmek suretiyle söz konusu markanın 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**16)**

**Dosya No:** **2022/5703**

**Şikayet Edilen: Goygoy Network Reklam Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olduğu tespit edilen "incicaps" ile "karikaturhane" isimli Instagram hesaplarından yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Ekim-Kasım 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait olduğu tespit edilen "incicaps" isimli Instagram hesabından yayınlanan;

15.11.2022 tarihli Reels video paylaşımında, "*Kullananları mest eden @soelparfum.tr'de Trendyol ve Instagramda binlerce kullanıcı yorumlarını inceleyerek sipariş ver. Dünya genelinde 120 "Soel Parfüm" mağazası var*" ifadelerine, “*Herkese kokunuzu merak ettirecek o parfüml*er" şeklinde "Rana, Buta, Na4kotik" isimli parfüm görsellerine ve "soelparfum.tr" etiketine yer verildiği,

30.10.2022 tarihinde yapılan paylaşımda; oyuncak oynayan çocuk görüntüsüyle birlikte "*Çocukların yeni trendi @toyitoys*" ifadelerine ve "toyitoys" etiketine yer verildiği,

Firmaya ait olduğu tespit edilen "karikaturhane" isimli Instagram hesabından yayınlanan;

01.10.2022 tarihli paylaşımda; *"@baycumbine35 Tüm ürünler şeffaf kargoda kapıda ödeme ile yollanmakta önce görüyor sonra ödüyorsunuz Sipariş için: 0543 285 88 12 veya Instagram DM bölümünden yazabilirsiniz"* ifadelerine, ürün görsellerine ve "bamcombine35" etiketine yer verildiği,

Aynı tarihte yapılan bir diğer paylaşımda; "*@limeo\_shoe İnfluencer'ların Kış Sezonu Favori Ayakkabılar Limeo'da. Tüm trend ve mega indirimli ayakkabıları incelemek için hemen Limeo Trendyol sayfasını ziyaret edin. İlk ziyaretçilere özel 50 TL Alışveriş çeki. @limeo\_shoe*" ifadelerine ve "limeo\_shoe" etiketine yer verildiği,

"incicaps" ve "karikaturhane" isimli Instagram hesaplarından 30.10.2022 tarihinde yapılan paylaşımlarda; "*Son günlerin en popüler sayfasına göz atın. @replikbebe Harika paylaşımları var"* ifadelerine ve "replikbebe" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “karikaturhane” ve “incicaps” isimli Instagram hesaplarından yapılan paylaşımlarda anılan marka ve mekanların sosyal medya hesaplarının etiketlendiği, böylece söz konusu etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan ürün, mekan ve markalara yönlendirme yapmak suretiyle markaların 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Goygoy Network Reklam 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.

**17)**

**Dosya No:** **2022/5720**

**Şikayet Edilen: Eray KILIÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “eraykilic” isimli sosyal medya hesabından yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Kasım-Aralık 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "@eraykilic" isimli Instagram hesabından yapılan;

05.12.2022 tarihli video paylaşımında; "*Nam-ı diğer: ZIMBAKE, @malatyasofrasi1942 ‘de YE-RİM. Şefim @mustafaomeryangin‘ın marifetli ellerinden öyle bir kabak tatlısı geldi ki, videoyu izleyin, kaydedin ve mutlaka @turklezzetmuzesi‘nde gidin dostlar, afiyet ola."* ifadelerine ve "@malatyasofrasi1942, @mustafaomeryangin, @turklezzetmuzesi " etiketlerine yer verildiği,

27.11.2022 tarihli video paylaşımında; "G*ençler koşun. Sütlü tatlılar ve ekonomik leziz menüler Beşyol @seyidoglusultanbaci ‘da sizlerle, YE-RİM.KAYDET, BEĞEN ve afiyetle YE*" ifadelerine ve "@seyidoglusultanbac" etiketine yer verildiği,

27.11.2022 tarihli video paylaşımında; "*Lezzetin sesine kulak ver ve @durumcu.muratusta‘yı takip et, yolunu mutlaka düşür ve YE-RİM de. KAYDET Dürümcü Murat Ustamı, şimdiden herkese afiyet olsun*" ifadelerine ve "@durumcu.muratusta" etiketine yer verildiği,

24.11.2022 tarihli video paylaşımında; "*Künefe sever misin? Nerede yersin? Klasik, alışılmış tabiri caizse anam babam usulü künefeyi @hataycopsiskunefe ‘de YE-RİM. KAYDET burayı, Dudullu’ya git ve afiyetle ye."* ifadelerine ve "@hataycopsiskunefe" etiketine yer verildiği,

23.11.2022 tarihli paylaşımda; "*Cadde’nin en yeni ve lezzetlisi @artois.cadde‘yi takip et, bu paylaşımı kesin kaydet. CKM’nin yanında bulunan bu ferah ve şık mekanda en kısa zamanda keyif yap, lezzetleri YE-RİM de ve mutlaka kokteyl iç. Pizzaları da şahane dostlar. Aaaaaa bide anne kahvaltısını kesin deneyin, bak canım çekti şimdi…Afiyet ola, hoşçakal aaaa, Artois’e uğra mutlu ole"* ifadelerine ve "@artois.cadde" etiketine yer verildiği,

22.11.2022 tarihli video paylaşımında; "*Karışık kebap tepsisini birlikte YE-RİM demek istediğin arkadaşlarını etiketle @lbeirutrest Florya’da leziz mi leziz bir restoran L’Beirut.KAYDET ve GİT, afiyet olsun*." ifadelerine ve "@lbeirutrest" etiketine yer verildiği,

21.11.2022 tarihli video paylaşımında; "*Kadıköy’de leziz bir burgerci?? @theburgerykadikoy Uygun fiyat, yüksek lezzet, çıtır patates, müthiş soslar, güleryüzlü personel ve merkezi Kadıköy Rıhtım caddesindeki konumu ile KAYDET ve buraya gidip YE-RİM de. Eray Kılıç’ın YE-RİM selamını söylerseniz size cookie de ikram edebilirler. Ayrıca ev yapımı Fesleğenli Ayran ise favori içeceğim oldu. Ferahlatıcı ve lezzetli, afiyet ola.*" ifadelerine ve " @theburgerykadikoy" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "eraykilic" isimli Instagram hesabından yapılan muhtelif tarihli paylaşımlarda muhtelif mekanların sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, bu suretle anılan ürün ve markalara yönlendirme yapmak suretiyle işletmelerin 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 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**18)**

**Dosya No: 2022/3913**

**Şikayet Edilen: Yeni Şafak Gazetecilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yeni Şafak Gazetesi’nde ve bir örneği https://www.yenisafak.com/ekonomi/aricilik-sektörunun-geleceği-ageye-emanet-3855266 uzantılı url adresinde yer alan haber yazısında "Balparmak" markasına yönelik olarak yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete, İnternet

**Tespitler:** "Yeni Şafak" adlı gazetenin 22.08.2022 tarihli nüshasında yer alan ve hâlihazırda https://www.yenisafak.com/ekonomi/aricilik-sektorunun-gelecegi-ar-geye-emanet-3855266 uzantılı url adresinden erişim sağlanabilen haber niteliğindeki yazıda; *"(...)Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yetkilendirilerek bal ve diğer arı ürünleri alanında ilk ve tek AR- GE merkezine sahip olduklarını söyleyen Altıparmak, “Bal ve Diğer Arı Ürünleri Araştırma ve Kalite Kontrol Laboratuvarı’nda balın hangi bitki ve yörelerden geldiği yani orijini de tespit edilebiliyor. Türkiye'de balda ilk defa geliştirilen yöntemlerle ürünlerin; tat, koku ve doku özellikleri ‘Tanımlayıcı Duyusal Analiz Tekniği’ incelenebiliyor. Mikroskobik yöntemlerle balın polen ve nişasta içeriği belirlenebiliyor” dedi.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Altıparmak Gıda San. ve Tic. A.Ş. unvanlı şirket tarafından piyasaya arz edilen "Balparmak" markalı bal ve takviye edici gıda ürünlerine ilişkin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının yetkilendirmesiyle Türkiye'de ilk ve tek AR-GE merkezine sahip olduğunun ifade edildiği, ilaveten ülkede istisnai olarak anılan markanın bal ve diğer arı ürünleri araştırma ve kalite kontrol laboratuvarında çalışmalar yürütüldüğüne dikkat çekildiği, böylelikle söz konusu markanın rakiplerinden ve benzerlerinden daha kaliteli ve bilimsel bir üretim tekniği ile araştırma süreçleri dahilinde üretim faaliyetlerini yürüttüğü yönünde izlenim uyandırıldığı; bu nedenle, tüketicilerin aydınlatılma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak “Balparmak” markalı ürün çeşitlerinin örtülü reklamının yapıldığı; nitekim bahsi geçen yazıda, reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yahut "ilan, sponsor, işbirliği" vb. gibi herhangi bir açıklayıcı ifade kullanmaksızın haber metni olarak lanse edilen bir formatta bahsi geçen markaya yönelik talep yaratıcı ifadelerle tanıtım yapıldığı, bu itibarla anılan reklam faaliyetinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “Örtülü reklam yasağı” başlıklı 22 nci maddesinin; "(1) Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır." hükmü uyarınca mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2022/4125**

**Şikayet Edilen: Hypers New Medya Danışmanlık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Zeynep Bastık isimli şarkıcının Youtube kanalında 16 Eylül 2022 tarihinde yayınladığı “EVA&MIA (Live)- Zeynep Bastık @GOKO!” adlı klipte yapılan “Efes Malt” alkollü içecek reklamı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.youtube.com/@zeynepbastik adresli ve "Zeynep BASTIK" adlı YouTube kanalı tarafından https://www.youtube.com/watch?v=qnMGg4j6i5s uzantılı url adresinde yayınlanan "EVA&MIA (Live) - Zeynep Bastık, @GOKO!" başlıklı video klipte, Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş. tarafından üretilip piyasaya arz edilen "Efes Malt Bira" markalı alkollü içeceğin, klibin kompozisyonu içerisinde muhtelif sahnelere birden çok kez yerleştirilerek klipte yer alan sanatçı tarafından alınıp içildiği ve sanatçının ürünü elinde taşıdığı görüntülere yer verildiği, bununla beraber inceleme konusu video klipte sahnede "Günün Her Saati Malt Saati" şeklinde ifadeleri içeren dekorların kullanıldığı ve arka planda yine yerde ve müzisyen kişilerin yanında "Efes Malt Bira" ürününün görüntüsüne yer verildiği, söz konusu klipte ürünün görüntüsünün yer aldığı anlarda kamera ile yakın çekim yapılıp odaklanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu klipte bilinçli bir şekilde izleyicilerin mezkur alkollü içecek markasına dikkatinin çekildiği, alkollü içeceğin göründüğü sahnelerde kameranın yakın çekim yaparak sanatçının elinde taşıdığı şişeyi takip ettiği ve tüm sahnelerde mezkur içecek şişesinin ön yüzünün ve logosunun kameraya dönük olduğu,

Bu itibarla talep yaratıcı görüntü ve imalar kullanılarak mevzuat gereği yasak olmasına rağmen alkollü içecek ürünlerinin reklamının yapıldığı ve söz konusu reklam faaliyetinin örtülü bir biçimde gerçekleştirildiği, dolayısıyla bahse konu video klibin mevzuatla tüketicilere yönelik her türlü reklamı yasaklanmış olan alkollü içkilerin reklamını dolaylı yoldan yaptığı ve insan sağlığına zararlı ve bağımlılık yapıcı alkollü içki tüketiminin özendirilerek teşvik edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 maddesi,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Hypers New Medya Danışmanlık 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.

**20)**

**Dosya No: 2022/5046**

**Şikayet Edilen: Ozan SAKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.youtube.com/@daire\_/ adresli sosyal medya hesabında yer alan videolarda yapılan “Tuborg” bira reklamı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.youtube.com/watch?v=15D5s3ryCOU uzantılı url adresinde ve www.youtube.com/watch?v=EodieN7AmXA uzantılı url adresinde yayınlanan ev dekorasyonu konseptindeki farklı videolarda, evinin dekorasyonu ve dizaynı izleyicilere gösterilen ev sahibi kişilerin farklı sahnelerde oturup “Tuborg Gold” markalı birayı içtiği sahnelere yer verildiği, bu anlarda ev dekorasyonuna dair herhangi bir görüntü bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu videolarda ürün yerleştirme şeklinde Tuborg Gold markalı alkollü içeceğin reklamının yapıldığı, videoların ev dekorasyonu olan kompozisyonu ile ilgisi ve bağlantısı olmayan biçimde adı geçen alkollü içeceğin videoda yer alan kişi tarafından müzik eşliğinde taşındığı ve tüketildiği, videolardaki kişilerin koltukta ve cam kenarında oturup anılan alkollü içeceği içtiği sahnelerin; ev dekorasyonu tanıtımı formatı içerisinde tesadüfi olamayacak şekilde ve yavaş çekim yapmak suretiyle bilinçli bir pazarlama iletişimi mahiyetinde olduğu ve ilgili sahnelerde mezkûr içecek şişesinin ön yüzünün ve logosunun kameraya dönük olduğu,

Bu itibarla talep yaratıcı görüntü ve imalar kullanılarak mevzuat gereği yasak olmasına rağmen alkollü içecek ürünlerinin reklamının yapıldığı ve söz konusu reklam faaliyetinin örtülü bir biçimde gerçekleştirildiği, dolayısıyla bahse konu videoların mevzuatla tüketicilere yönelik her türlü reklamı yasaklanmış olan alkollü içkilerin reklamını dolaylı yoldan yaptığı ve insan sağlığına zararlı ve bağımlılık yapıcı alkollü içki tüketiminin özendirilerek teşvik edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6/1 maddesi,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 20/1, 20/2 ve 20/9 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Ozan SAKİN** 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.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**21)**

**Dosya No:** **2022/3069**

**Şikayet Edilen: Fullight Güzellik Sağlık Diyet ve Danışmanlık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olduğu tespit edilen “@fulllightdiyetguzellik" isimli Instagram hesabından yayınlanan video paylaşımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Mart-Mayıs 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait olduğu tespit edilen"@fulllightdiyetguzellik" isimli Instagram hesabından yayınlanan kurucu şahsa ait işlemin paylaşıldığı 05.05.2022 tarihli bir videoda; "*Fulllight farkıyla. Tamamen doğal ısı ışık frekans olmadan uygulanan bu yöntem uzmanların yüz fizyoloji bilgisi olanların yapması gereken bir uygulamadır. Doğru tekniklerle uygulanmazsa yüz aşağıya doğru akma yapar ve yüz simetrisi bozulur. Yüzümüzün tamamen doğal işleyişi ile dolgu botox ve benzeri cerrahi işlemler uygulanmadan sadece 10 seans endermolift yüz masajı sağlıklı ve genç görünümlü bir cilde kavuşabilirsiniz."* ifadelerine yer verildiği,

25.03.2022 tarihli bir diğer paylaşımda ise; *"Farkımız uzmanlığımız. Yüzünüz gençleştirmeye devam ediyoruz. Kişiye özel çıkarttığımız lifting programları ile cildinizi canlandırıyor doğal ışıltı kazanmasına yardımcı oluyor aynı zamanda ince çizgileri ortadan kaldırıyoruz. LPG lifting seansı mekanik etkilerinin yanı sıra fibroblastları aktive ederek cildin gençleşmesini sağlar. LPG LİFT YÜZ VE BOYUNDA HANGİ AMAÇLA KULLANILIR? Cilt kırışıklıklarını ve yüz çizgilerini azaltır. Cilt elastikiyetini arttırır. Yüz hatlarını şekillendirir. Cilt sıkılığını ve tonusunu arttırır. Ciltteki çukurları düzleştirir (sivilce izleri gibi) Cilt yapısını ve kumaşını düzeltir. Cilde parlak ve taze bir görünüm kazandırır. İlk seanstan itibaren kişi yüz ve boyun bölgesindeki değişiklikleri fark eder."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; güzellik merkezinde uygulanan işlemlere ilişkin tanıtımlarda bu uygulamalar sayesinde "genç/pürüzsüz cilt"e kavuşulacağı mesajı verilmek istendiği ancak yapılan işlemlerde kurucu şahsın yüzünde efekt ve filtre ile paylaşım yapıldığı ve bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No:** **2022/1005**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.duaderm.com.tr adresli internet sitesi ve www.hepsiburada.com ile www.trendyol.com adresli internet sitelerinde "DUADERM" isimli hesap üzerinden yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.duaderm.com.tr adresli internet sitesi ve www.hepsiburada.com ile www.trendyol.com adresli internet sitelerinde firmaya ait "DUADERM" isimli hesap üzerinden yayınlanan "Duaderm Saç Bakım Losyonu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Yeni saç oluşumunu hızlanmasını destekler. Yeni saç oluşumunu destekleyerek... Yeni saç oluşumunu destekler"* ifadelerine, "Duaderm Vit C Leke Giderici Serum" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Leke giderici. Duaderm VIT C Leke Giderici Serum, Axolight (buğday özü) sayesinde lekelerin görünümünün azalmasına ve yeniden oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. Leke görünümünü azaltır, Antibakteriyel özellik içerir, Sivilce oluşumunu engeller, sivilce oluşumunu önler, mevcut olanların da giderilmesine yardımcı olur."* ifadelerine, "Duaderm Güneş Lekesi Giderici Vit C Serum" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Güneş lekesi giderici. Anti-bakteriyel olması sayesinde sivilce oluşumunu önler, mevcut olanların da giderilmesine yardımcı olur. Leke Giderici Serum, akneleri kısa sürede kurutmaya ve yeni akne oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. Duaderm VIT C Leke Giderici Serum, Axolight (buğday özü) sayesinde lekelerin görünümünü azaltır ve yeniden oluşumunu engeller. Anti bakteriyeldir."* ifadelerine, "Duaderm Saç Çıkarıcı Bakım Şampuanı" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Saç çıkarıcı. Saç köklerini güçlendirerek saçın hızlı uzamasını destekler."* ifadelerine, "Duaderm Yeni Saç Oluşumunu Destekleyen Bakım Şampuanı" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Yeni saç oluşumunu destekleyen... Saç köklerini güçlendirerek saçın hızlı uzamasını destekler."* ifadelerine, "Duaderm Natural 150 ml Temizleyici Ciltbakım Spreyi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Yara iyileşme sürecini hızlandırır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No:** **2022/3198**

**Şikayet Edilen: Factor 100 Kozmetik Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/mesoplex.com.tr/?hl=tr ve https://mesotherapy.live/?ref=bio adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/mesoplex.com.tr/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; "*Uyuyan saç foleküllerini canlandırır. Kaybedilen tüm saçları geri kazandırmada en büyük başarı... Yeni saçların çıkmasını sağlayarak kelliğin önüne geçmek. Boşluklardaki saç hücrelerini harekete geçirmek. Dökülmeler sona erer..."* ifadelerine, https://mesotherapy.live/?ref=bio adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; "*15 günde bebek tüyleri görürülür. Saç tellerinizin sayısı artar. Erkeklik hormonları etkilenmez. Saç kıran tedavisi için uygundur..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Factor 100 Kozmetik 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.

**24)**

**Dosya No:** **2022/3915**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.lorealparis.com.tr/ adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yer alan “Bye-Bye Makas Saç Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** https://www.lorealparis.com.tr/ adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yer alan “Bye-Bye Makas Saç Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Formülü sayesinde 1800 ısıya kadar koruma sağlar. Saçın son 3 cm’sini kurtarır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.lorealparis.com.tr/ adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yer alan “Bye-Bye Makas Saç Bakım Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Formülü sayesinde 1800 ısıya kadar koruma sağlar. Saçın son 3 cm’sini kurtarır."* iddialarının ispatına ilişkin olarak sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**25)**

**Dosya No:** **2022/4832**

**Şikayet Edilen: Reckitt Benckiser Temizlik Malzemesi San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cillit Bang Dezenfektan Banyo Temizleyicisi” ve "Cillit Bang Dezenfektan Mutfak Temizleyicisi" isimli ürünlere ilişkin ürün ambalajlarında ve muhtelif televizyon kanallarında ye alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Televizyon

**Tespitler:** “Cillit Bang Dezenfektan Banyo Temizleyicisi” isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *"Yepyeni formülüyle virüs, bakteri, küf ve mantarların %99.9'unu yok eder. Sıradan çamaşır suyuna göre 3 kat daha etkili. %100 leke çıkarma gücü. Bang diye yok eder."* ifadelerine, "Cillit Bang Dezenfektan Mutfak Temizleyici" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Yepyeni formülüyle virüs, bakteri, küf ve mantarların %99.9'unu yok eder. Sıradan çamaşır suyuna göre %50 daha etkili %100 leke çıkarma gücü."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu “Cillit Bang Dezenfektan Banyo Temizleyicisi” isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda yer verilen; *"Sıradan çamaşır suyuna göre 3 kat daha etkili."* ifadelerinin, "Cillit Bang Dezenfektan Mutfak Temizleyici" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *"Sıradan çamaşır suyuna göre %50 daha etkili."* ifadelerinin ispatına ilişkin olarak sunulan belgelerde piyasada birden çok sıradan çamaşır suyu olarak ifade edilen ürün yer almasına rağmen sadece bir adet sıradan çamaşır suyu niteliğinde ürünle karşılaştırma yapıldığı dolayısıyla bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, bahse konu reklamlarda yer alan*; "%100 leke çıkarma gücü."* şeklindeki ifadelerin ispatına ilişkin olarak sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Reckitt Benckiser Temizlik Malzemesi San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **622.853-TL (Altıyüzyirmiikibinsekizyüzelliüç Türk Lirası) idari para cezası ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No:** **2022/5024**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı” isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *"\*Soğuk suya geç. Yılda 300 TL'ye varan enerji tasarrufu."* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı" isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *“Bulaşık yıkarken enerji tasarrufu yapmaya ne dersiniz? Uğraşangiller ailesinin kuralları belli. Bulaşıkların iyice temizlenebilmesi için suyun sıcak olması şart. Peki ya pratikgiller? Biz soğuk suda yıkıyoruz. Soğuk suda bile kusursuz temizlik sağlıyoruz. Böylelikle enerjiden tasarruf sağlıyoruz. Fairy'nin güçlü formülü güçlü yağları soğuk suda bile kolayca çözer ve kusursuz temizlik sağlar. Fairy ile sıcak suda bulaşık yıkamaya son. Böylece daha az enerji tüketip bütçemizden de tasarruf ediyoruz. Fairy ile boşa harcama. Soğuk suya\* geç. Yılda 300 TL'ye varan\* enerji tasarrufu*” 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; “Fairy Sıvı Bulaşık Deterjanı" isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan "\*Soğuk suya geç. Yılda 300 TL'ye varan enerji tasarrufu." başlıklı reklamlarda ürünün tek seferlik ovma hareketiyle bulaşığı temizlediği görüntülerine yer verildiği ancak Bakanlığa sunulan test sonuçlarının reklamlarda yer alan tek seferde bulaşık temizleme performansını desteklemede yetersiz kaldığı dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, söz konusu reklamlarda *"\*Soğuk suya geç. Yılda 300 TL'ye varan enerji tasarrufu."* ifadesine yer verilmesine ve dipnot işaretine yer verilmesine rağmen iddiaya ilişkin herhangi bir açıklayıcı alt yazıya yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği 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, 18,19, 21 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2022/1192**

**Şikayet Edilen:** **A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Naturals By Watsons Duş Jel Aloe Vera” isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Naturals By Watsons Duş Jel Aloe Vera” isimli ürün ambalajının ön yüzünde; *“%94 Natural Origin. True Natural(...)Certified Organic Aloe Vera.”* şeklinde, arka yüzünde ise *“Ürün %90 doğal içeriklerle formüle edilmiştir. %100 vegandır. Organik sertifikalı Mexican Aloe Vera içerir. Dermatolojik olarak test edilmiştir. (…) Free from Paraben Triclosan Colourants SLES SLS Mineral Oil Silicones Lanolin Gluten Benzophenone”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Naturals By Watsons Duş Jel Aloe Vera” isimli ürün ambalajının arka yüzünde yer alan; “Ürün %90 doğal içeriklerle formüle edilmiştir.” ve “%100 Vegandır” iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 10 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2022/1899**

**Şikayet Edilen:** **Akın TAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Pamuk Tampa Beyaz - Beyaz Sabun Parfümlü Yüzey Temizleyici” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/tampa/yuzey-temizleyici-beyaz-sabun-kokulu-5-litre-p-32698721?boutiqued=592851&merchantId=460878 adresli internet sitesinin 07.04.2022 tarihli görünümünde “Esmen Chemicals” logolu “Tampa Beyaz-Beyaz Sabun Parfümlü Yüzey Temizleyici” isimli ürünün satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “Pamuk Tampa Beyaz” isimli ürün ambalajının, “Esmen Chemicals” logolu “Tampa Beyaz-Beyaz Sabun Parfümlü Yüzey Temizleyici” isimli ürün ambalajı ile büyük ölçüde benzerlik gösterdiği, ayrıca inceleme konusu ürün ambalajı üzerinde yer alan barkod numarasının Esmen Kolonya ve Kimya A.Ş.’ye ait olduğunun tespit edildiği, bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İtibardan haksız yararlanma” başlıklı 11 inci maddesinin; *“(1) Reklamlarda; a) Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici* *kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıltılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz. b) Bir kişi adından* *ya da bir firma, kurum veya kuruluşa ait ticaret unvanından fikri ve sınai mülkiyet hakkından veya bir reklam kampanyası ile sağlanmış bulunan itibardan haksız olarak yararlanılamaz.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**29)**

**Dosya No: 2022/2864**

**Şikayet Edilen:** **Fikriye Tarih KAMALAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “pozitifrabia” mağaza adı ile satışa sunulan “Prima Bebek Bezi Günlük Rahatlık 4 Beden 108 Adet” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/prima/bebek-bezi-gunluk-rahatlik-4-beden-108-adet-4-lu-firsat-paketi-p-291776029 adresli internet sitesinin 05.08.2022 tarihli görünümünde 421 TL fiyat ile satışa sunulan 108 adet bebek bezinin adet fiyatına 0,97 TL/adet olarak yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.trendyol.com/ prima/bebek-bezi-gunluk-rahatlik-4-beden-108-adet-4-lu-firsat-paketi-p-291776029 adresli internet sitesinin 05.08.2022 tarihli görünümünde 421 TL fiyat ile satışa sunulan 108 adet bebek bezinin adet fiyatına 0,97 TL/adet olarak yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**30)**

**Dosya No: 2022/3422**

**Şikayet Edilen:** **Merve YİRİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “WASCO COSMETİC” mağaza adı ile satışa sunulan “For You Gold Cilt Sıkılaştırıcı Seramik Maske” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/for-you-gold/seramik-kil-maske-cilt-sikilastirici-yuz-maskesi-goze nek-sikilastirici-akne-karsiti-p-37525558 adresli internet sitesinin 28.09.2022 tarihli görünümünde; *“Sivilce izlerini yok etmesine yardımcı olur (…) lekeleri gidermeye yardımcı olur. (…) Gözaltı torbalarını azaltır. (…) Cilt gözeneklerine yapışan mikropları yok eder.”* 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2022/3458**

**Şikayet Edilen:** **Şemsettin BARAK**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/eslbeauty/sivilce-onleyici-ve-sivilce-karsiti-akne-siyah-nokta-giderici-krem-50-ml-p-299550627 adresli internet sitesinin 23.09.2022 tarihli görünümünde; *“Akne… Giderici Krem (…) Sivilcelerle savaşır. (…) Akne Sivilce iyileştirir.”* şeklinde ifadeler ile birlikte anılan ürünün kullanımı sonucu sivilcelerin 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 ifade ve görüntülerin 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**32)**

**Dosya No: 2022/4021**

**Şikayet Edilen:** **Fatih DURAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “SA-FA Online Market” mağaza adı ile satışa sunulan “Elaimei Herbal Acne Cream” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/elaimei/yuz-icin-akne-kremi-akne-krem-ekstra-guc-dogal-bitkisel-akne-yuz-icin-tedavi-p-137153889?boutiqueId=617 adresli internet sitesinin 29.08.2022 tarihli görünümünde; *“Akne yüz için tedavi (…) akne kasları onarmak (…) akneyi kaynağından iyileştirmede …son derece etkilidir. (…) olası iltihabı azaltır. (…) leke tedavisi”* 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2022/4027**

**Şikayet Edilen:** **Ali MERYEM**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Melek Pazarlama” mağaza adı ile satışa sunulan “Naturaline Salyangoz Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/naturaline/salyangoz-kremi-sivilce-lekeleri-ve-yaslilik-karsiti-p-177625071 adresli internet sitesinin 05.10.2022 tarihli görünümünde; *“Açık yaraları ve iltihapları iyileştirir. Mikropları öldürür. (…) Egzama ve sedef tedavisinde 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 Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2022/4502**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Dove Nemlendirici Cream Bar” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.09.2022-25.09.2022, 15.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Açık Hava İlanı

**Tespitler:** Show Tv logolu televizyon kanalında 15.03.2022 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Zaman içinde kendi kendine kuruyup çatlayan sıradan sabunların cildimizi ne kadar kurutabileceğini tahmin edebiliyor musunuz? Ama Dove farklıdır. Dörtte bir nemlendirici krem ve nazik temizleyiciler içeren formülü ile Dove cildinizi kurutmadan temizler. Yüzünüzün ve cildinizin yumuşacık ve pürüzsüz olmasını sağlar. Dove Dermatologların 1 numaralı önerisi\*”* şeklinde ifadeler ile birlikte kuruyarak çatlayan sabun görseline ve altyazı metninde *“Ipsos tarafından Ocak-Şubat 2022 arasında CAPI ve CAWI yöntemleri ile yapılan araştırmaya göre, genel kullanım için sabun markaları arasında”* ifadelerine yer verildiği,

Firmaya ait açık hava reklam panolarında yer alan reklamlarda; *"Yüzünüzde ve cildinizde Dove farkını hissedin. Sabun kurutur. Dove farklıdır. Dermatologların 1 numaralı önerisi."* ifadeleri ile birlikte çatlamış kahverengi sabun ve Dove Cream Bar görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait açık hava reklam panolarında 11.09.2022-25.09.2022 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda; *“Yüzünüzde ve cildinizde Dove farkını hissedin. Sabun kurutur. Dove farklıdır. Dermatologların 1 numaralı önerisi.”* ifadeleri ile birlikte çatlamış kahverengi sabun ve Dove Cream Bar görsellerine yer verildiği,

Söz konusu tanıtımlarda “Sabun kurutur” ifadesi ile çatlamış sabun görseline yer verilerek “Dove” markalı ürün dışındaki tüm sabun ürünlerinin cildi kuruttuğu algısı yaratılmak suretiyle kötülendiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve karşılaştırmalı reklam hükümlerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2022/4812**

**Şikayet Edilen:** **Vizyon Parfümeri Giyim Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “MOIRA COSMETICS” mağaza adı ile satışa sunulan “Be White Beyazlatıcı Genital Bölge Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/moira-cosmetics/leke-giderici-ve-aydinlatici-intim-hassas-bolge-kremi-40-ml-organik-helal-vegan-cruelty-free-p-47592955?boutiqueId=60566 8&merchantId=114207 adresli internet sitesinin 09.12.2022 tarihli görünümünde; *“(…) koyu lekeleri gidermeye yardımcı, anti-bakteriyel formül”* 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2022/4813**

**Şikayet Edilen:** **Serka Bilgi Teknolojileri Kozmetik Tekstil Sağlık Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Facis Türkiye” mağaza adı ile satışa sunulan “Facis Cream” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/facis/gozenek-akne-ve-sivilce-yara-izleri-kirisiklik-karsiti-azulene-soothing-krem-p-48300109 adresli internet sitesinin 09.12.2022 tarihli görünümünde; *“Krem, bir "film" oluşturmadan iltihaplanmayı, tahriş olmuş cildin kızarıklığını anında giderir, (…) Azulen- papatya salkımlarında bulunan bir madde, bir antiseptik olan aktif bir anti-enflamatuar ve yara iyileştirici özelliklere sahiptir. (…) Butyrospermum Parkii Yağı (Shea) Shea yağı – (…) sivilceleri iyileştirir, yanıkları giderir, yara izlerini ve izleri azaltır. Yağ Persea Gratissima (Avokado) Avokado- yara iyileştirici, yenileyici, antimikrobiyal ve yaşlanma önleyici özelliklere sahiptir. Avokado çoklu doymamış yağ asitleri, cildin yenilenme kapasitesinden sorumlu olan sivilceyi, iltihabı gidermeye, elastin ve kolajen üretimini uyarmaya yardımcı olur. Adenosin- ciltte kollajen ve elastin üretimini artırır, yaşlanma sürecini yavaşlatır, kırışıklarla etkin bir şekilde savaşır ve hücreleri oksidasyondan korur. Niasinamid, cildin hücresel yenilenmesi için güçlü bir bileşendir, (…) yaşlılık lekelerini parlatır ve giderir, cildin dokusunu ve rahatlamasını dengeler, kolajen sentezini uyarmaya yardımcı olur ve (…) kan mikrosirkülasyonunu iyileştirir.”* 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Serka Bilgi Teknolojileri Kozmetik Tekstil Sağlık 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: 2022/4814**

**Şikayet Edilen:** **Lagertha Kozmetik Züccaciye Tekstil Kırtasiye Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “LAGERTHA KOZMETİK” mağaza adı ile satışa sunulan “DermaCube Acne Solution Cleansing Foam” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/farmstay/dermacube-akne-sivilce-ve-kizariklik-onleyici-sorunlu-ciltler-icin-solusyon-p-57326867 adresli internet sitesinin 09.12.2022 tarihli görünümünde; *“Sivilce ve sivilce izlerinin ciltten çok daha hızlı kaybolmasına yardımcı olarak (…). Sivilceleri kurutarak kızarıklığı giderir. İltihaplar çok daha hızlı geçer, problemli cilt hızla tedavi olur. (…) Akne ve Kızarıklıkları Giderir. Sivilce ve Sivilce İzlerini Azaltır. Quilaya kabuğu özü, anti-inflamatuar etkilere sahiptir. Bulundukları bölgelerde sivilceleri kurutur ve kızarıklığı giderir. Onun sayesinde iltihaplar çok daha hızlı geçer ve sayıları giderek azalır.”* 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2022/4815**

**Şikayet Edilen:** **Sedat AKYÜZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “MedPowder” mağaza adı ile satışa sunulan “Bright Oil Bakım Yağı” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/modern-aktar/hizli-sivilce-kurutucu-ve-sivilce-lekesi-giderici-propolisli-saf-bakim-yagi-10ml-p-36776036?boutiqueId=61&merchantId=156315 adresli internet sitesinin 09.12.2022 tarihli görünümünde; *“Sivilce Lekesi Giderici (…)”*şeklinde ifadeler ile birlikte anılan ürünün kullanımı sonucu sivilcelerin 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 ifade ve görüntülerin 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2022/4816**

**Şikayet Edilen:** **Necmi ŞAHİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “CielMer AVM” mağaza adı ile satışa sunulan “Cielmer Sivilce Giderici Krem” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/cielmer/sivilce-ve-akne-karsiti-siyah-nokta-giderici-temizleyici-cilt-kremi-50-ml-p-148422241 adresli internet sitesinin 09.12.2022 tarihli görünümünde; *“Sivilce Giderici Krem (…) Cielmer ciltte ani ve lokal olarak beliren sivilceleri yok etmeye...yardımcı olur.”*şeklinde ifadeler ile birlikte anılan ürünün kullanımı sonucu sivilcelerin 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 ifade ve görüntülerin 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**40)**

**Dosya No: 2022/4819**

**Şikayet Edilen:** **İrem ERGÜL**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “NAGUAL COSMETİC” mağaza adı ile satışa sunulan “Nagual Leke Kremi” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/nagual/cilt-beyazlatici-ve-leke-kremi-seti-p-332816282? boutiqueId=61&merchantId=602163 adresli internet sitesinin 09.12.2022 tarihli görünümünde; *“Lekeleri yok eder (…)”* 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 Yönetmelik’in 4/c, 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d ve 7/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**41)**

**Dosya No: 2022/2907**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 12.07.2022 tarihli görünümünde, *"Yeni yöntemlerle gözlükten kurtulmak mümkün! Göz rahatsızlığında her geçen gün yeni bir teknoloji ortaya çıkıyor. Göz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. İlker İncebıyık akıllı mercekler ile uzak ve yakın gözlüklerden kurtulmanın mümkün olduğunu söylüyor. (...), "Günümüzde kişiye özle lazer teknolojisi (wavefront) sayesinde hastaları sadece gözlükten kurtarmakla kalmıyor aynı zamanda görme kalitelerini de arttırıyoruz. - Doktor İlker beyin hastası olarak daha yeni akıllı lensle tanıştım 3 hafta önce ben çok memnunum Ellerinize sağlık hocam memnuniyetimi herkese bahsediyorum. (...)"* gibi birtakım ifadelerin ve hasta yorumlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2022/2963**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 19.07.2022 tarihli görünümünde, *"Dün Eximer Laser ameliyat masamızda yurtdışında doktora yapan sevgili Çağdaş vardı. Kısa bir süre önce kardeşi sevgili Çağla’nın Laser ameliyatını yapmıştık ve Çağla hiç sevmediği kalın gözlüklerinden kurtulmuştu. Çağla çok mutlu olduğu için abisi de ameliyata heveslendi ve yurtdışından gelerek muayene oldu. Çağdaş’ın çok ender görülen bir göz problemi vardı bir gözü hipermetrop astigmat diğer gözü miyop astigmattı ve hipermetrop olan tarafta göz tembelliği de vardı. Kliniğimizde uyguladığımız İ-Lasik Laser ameliyat sisteminde bu ve buna benzer her tür kırma kusurunda mükemmel sonuçlar alıyoruz...- Dün excimer masamızda sevgili hastamız elif nur aydın ünsal vardı. İsmini telaffuz ederken biraz zorlandık. Bize başvurduğunda yüksek numaralı gözlük kullanıyordu. Gözlüklerden tamamen kurtulmak istediğini söyledi. Başarılı geçen ameliyat sonrası hastamızı mutlu ve sağlıklı bir şekilde taburcu ettik. - Dünkü Lazer ameliyat masamızda hemşehrim Volkan Bey vardı. Uzun araştırmaları sonucunda bizi duyup gelmiş. Kontrolde göz numaralarının sıfırlandığını gördük, mutluluğunu ölümsüzleştirip hatıra fotoğrafı çektirdik. Yeni gözlüksüz hayatında mutluluk ve sağlık diliyoruz. - Yaş İlerledikçe gözümüzde bulunan doğal lens ilk olarak esnekliğini kaybeder, yakına bakarken şekil değiştiremez ve yakına odaklanamaz hale gelir. Daha da ileriki yaşlarda saydamlığını kaybeder ve katarakt oluşur... Akıllı Lens (Göz İçi Lens) takılan hastada göz numarası bir daha ilerlemez. Katarakt ameliyatı bir kez yapılır ve gözde bir daha katarakt oluşmaz. (...)"* gibi birtakım ifadelerin ve hasta yorumlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**43)**

**Dosya No: 2022/2977**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Sedat SELİM**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 17.07.2022 tarihli görünümünde, *"Gözlükten kurtulmanın memnuniyetini maske kapatamaz... Akıllı mercek ameliyatıyla uzak ve yakın gözlüklerine veda edebilirsiniz... Hastalarımızı ışığa kavuşturmak. İşimiz bu... Hafta sonuna girmeden lazer yaptığım yurtdışından gelen haslarımın son kontrollerini yaptık. Ülkelerine gözlüksüz uğurladık. (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2022/3030**

**Şikayet Edilen: Almer Sağlık Hizmetleri Medikal Tarım İnş. Gıda ve Ltd. Şti. (Özel Konya Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "konyagozhastanesi" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 16.07.2022 tarihli görünümünde, *"Artık Gözlüklerinize Veda Etmenin Zamanı Gelmedi Mi? - Excimer Lazer Teknolojisi ile Görüşünüzü İyileştiriyoruz! İleri teknoloji lazer ile miyop, hipermetrop ve astigmat problemlerinizden kısa sürede kurtulabilirsiniz. Yaygın görülen miyop, hipermetrop ve astigmat sorunlarını lazer teknolojisi ile tedavi ediyoruz...- YAKIN VE UZAK GÖZLÜKLERDEN AYNI ANDA KURTULUN... Hem uzak hem yakın gözlük mü kullanıyorsunuz? O zaman her iki gözlükten de Trifokal ya da Premium göz içi lenslerle kurtulma zamanı! - GÖZLÜKLERİNİZE VEDA ETMENİN TAM ZAMANI, Akıllı mercek tedavisi ile yakın, uzak ve ara mesafelerde ömür boyu net görmek mümkündür. (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan, sağlık hizmetlerine ve tıbbi tedavi yöntemlerine talep yaratan ve kuruluşunun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, hastaları kuruluşa yönlendiren ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

**-** 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 **Almer Sağlık Hizmetleri Medikal Tarım İnş. Gıda ve Ltd. Şti. (Özel Konya Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2022/3031**

**Şikayet Edilen: Es Eum Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (Özel Eskişehir Göz Sağlığı ve Hastalıkları Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "eskisehirgoz" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 17.07.2022 tarihli görünümünde, *"Excimer Laser tedavisi sanılanın aksine acısızdır ve çok kısa sürer. Excimer Laser tedavisi yaklaşık 10-15 dakika sürer. (...) Sıcak yaz günlerinin keyfini çıkarın. EXCİMER LAZER hayatı kolaylaştırır! Hayatınızı EXCİMER LASER ile daha pratik ve kolay bir hale getirin! (...) LASIK (Excimer Laser); miyop, hipermetrop ve astigmat gibi kırma kusurlarının düzeltilmesinde dünyada en fazla uygulanan yöntemdir.* *- FDA onaylı* *PREMİUM MERCEKLER İLE YAKIN- ORTA- UZAK MESAFEDE GÖRME İMKANI! (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan, sağlık hizmetlerine ve tıbbi tedavi yöntemlerine talep yaratan ve kuruluşunun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, hastaları kuruluşa yönlendiren ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Es Eum Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi (Özel Eskişehir Göz Sağlığı ve Hastalıkları Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2022/3039**

**Şikayet Edilen: Özel Net-Göz Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Netgöz Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "netgozgaziantep" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 25.07.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"EXCİMER LAZER ile MİYOP, ASTİGMAT ve HİPERMETROP Göz kusurlarınızdan kurtulun. MİYOP, ASTİGMAT, HİPERMETROP gibi göz kusurlarınızdan kalıcı kalıcı olarak kurtulun. - Gözlükten kurtulduğunuzda, yaşam kalitenizin de arttığına şahit olacaksınız...- ASTİGMATI'ın Kesin Çözümü Lazer Ameliyatlar... #Astigmat, korneanın şeklindeki kusurlar nedeniyle, kişinin bulanık ve çift görmesine neden olan bir görme problemidir. Sorunun çözümünde kullanılan #gözlük veya kontakt #lens ile görüş kalitesi artar ama astigmat derecesinde ilerleme ya da düşme tam olarak yaşanmaz. Astigmatın kökten çözümü ise lazer ameliyatıdır. - KATARAKT Ameliyatında kullanılan, Multifokal AKILLI LENS Tedavisi ile; Aynı anda ve tek seferde UZAK- YAKIN Gözlüklerden kurtulmak mümkün... Katarakt ameliyatına karar vermeden önce Akıllı Lens Teknolojisi ile Tanışın Katarak ameliyatında kullanılan, Multifokal Göz İçi Mercekler (AKILLI LENS) ile- #Yakın- #Orta- #Uzak Gözlüklerinizden aynı anda kurtulabilirsiniz. - CAMSIZ HAYATA MERHABA... Gelişmiş bir lazer tekniği olan Excimer Lazer yöntemi gözlüğe bağımlı kalmadan #gözlüksüz yeni bir yaşama imkan tanımaktadır. - Gözlüklerinizin Esiri OlmayınKatarakt Ameliyatına karar vermeden önce Akıllı Lens Teknolojisi ile Tanışın (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan, sağlık hizmetlerine ve tıbbi tedavi yöntemlerine talep yaratan ve kuruluşunun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, hastaları kuruluşa yönlendiren ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Net-Göz Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Netgöz Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2022/3143**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Perihan DİNÇ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 31.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 31.07.2022 tarihli görünümünde, *"Hayata gözlüksüz gülümseyin Dünya Göz Hastanesi SMILE CERRAHİSİ ...- Gözlüksüz Görmek...- Avusturya'dan gelen hastam, Her hastaya farklı lazer seçenekleri sunuyoruz. SMILE LAZER! - Haftasonu bile olsa çalışmaya devam... Excimer lazer ameliyatını başarı ile yaptığım hastamın ameliyat sonrası kontrolü için geldim. Hocam 'fotoğraf çekelim' dediler. Anımızı buraya bıraktık...(...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2022/3172**

**Şikayet Edilen: Göz Nurunu Koruma Vakfı Bayrampaşa Hastanesi İktisadi İşl. (Özel Göz Nurunu Koruma Vakfı Bayrampaşa Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "gozvakfi" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 02.08.2022 tarihli görünümünde, *"Göz Vakfı Bayrampaşa Göz Hastanesi doktorlarından Op. Dr. Ali Sipahiler, CNN Türk kanalına '100 milyon kişi gözünü çizdirdi.' başlığı altında açıklamalarda bulundu. - Excimer Lazer Tedavisi ile Gözlüklerinizden Kurtulabilirsiniz. 18 yaşından büyük ve son bir senede numaranız değişmemiş ise tedaviye uygun olabilirsiniz. Excimer lazer ile merhaba gözlüksüz yaşam. (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan, sağlık hizmetlerine ve tıbbi tedavi yöntemlerine talep yaratan ve kuruluşunun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, hastaları kuruluşa yönlendiren ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

**-** 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 **Göz Nurunu Koruma Vakfı Bayrampaşa Hastanesi İktisadi İşl. (Özel Göz Nurunu Koruma Vakfı Bayrampaşa Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2022/3179**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Safiye YILMAZ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 02.08.2022 tarihli görünümünde, *"'Excimer ameliyatı oldum. Gözlüksüz yaşayamam derken böyle bir şeyin imkansız olamayacağını göstermiş oldu bana. Safiye hanıma sonsuz minnet duyuyorum.' - 'Ocak ayında lazer ameliyatı oldum, gözlüklerimden kurtuldum. Kendisi benimle çok ilgilendi, tüm takiplerimi bizzat yönetti. Şu an da gözlüksüz çok daha iyi görüyorum. Gerçekten tecrübeli ve ne yaptığını iyi bilen bir doktor. İlgi ve alakasından dolayı kendisine çok teşekkür ediyorum.' - Hep soruyorsunuz doktorlar niye ameliyat olmuyor. İşte bir doktor daha lazer masamızdaydı bugün. Doktorlar ameliyat oluyor, olmuyor değil ama lazer ameliyatı kozmetik bir tercih meselesi bir zorunluluk değil ve her doktor sadece gözlüklerden kurtulmak için ameliyat olmak istemeyebilir. Nasıl ki toplumun gözlüklü olan kesiminde bu ameliyatı yaptırma oranı %10 ise ve %90 bu ameliyatı olmak istemiyor ve gözlüğü ile barışık yaşıyorsa doktorlar arasında da ameliyat olmak istemeyenler olabilir, gözlüğünü bir aksesuar gibi seven olabilir ya da gözü ya da yaşı ameliyata uygun olmayabilir. Defalarca tekrar ettiğim gibi her lazer isteyen ameliyat olamıyor, onun da belli kriterleri var ve gözünüz uygun değilse siz isteseniz dahi sizin adınıza karar verip ameliyatı yapmayabiliyoruz...- Bugün çok sayıda lazerimiz vardı. Lazerde her zaman çok neşeli vakit geçirdiğimiz doğrudur ama bugünkü neşemizin sebebi konusunu tam hatırlamasam da lazerdeki misafirimiz @atagozizmir in çok sevdiğimiz doktorlarından @tayfun.yesilbalkan la keyifli sohbetimizdi...Tabii ki keyfimizin en büyük sebebi başarı ile geçen lazerlerimiz ama bugünkü misafirimize de ayrıca teşekkür ediyoruz günümüzü renklendirdiği için... - İzmir Özel Ata Sağlık Hastanesi Göz Kliniği; Excimer Lazer, Akıllı Mercek, Katarakt, Şaşılık, Retina Hastalıkları, Kornea Nakli.(...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**50)**

**Dosya No: 2022/3823**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Berrin GELİŞKEN SELEK**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 24.08.2022 tarihli görünümünde, *"Excimer lazer, göz çizdirme olarak da bilinen kırılma kusurlarını gidermek için kullanılan bir tedavi yöntemidir. Ameliyat sonrasında tedavi sürecini desteklemek amacıyla hastalara; İlk bir ay göz kuruluğu olabileceğinden ekran süresinin sınırlanması, İlk bir hafta göz makyajı yapılmaması, İlk bir ay deniz gözlüğü kullanmadan denize ve havuza girilmemesi önerilmektedir. - AKILLI MERCEK TEDAVİSİ İLE SAĞLIKLI GÖRÜŞE KAVUŞUN. Katarakt tedavisinde kullanılan Akıllı (Trifokal) Mercek teknolojisiyle, her mesafede net görüşe kavuşabilir, gece ve gündüz konforlu bir görüşün tadını çıkarabilirsiniz. - KATARAKTA NET ÇÖZÜM. Katarakt göz bebeğinin arkasında bulunan göz merceğinin zamanla şeffaflığını yitirerek hastanın bulanık görmesine sebep olan, sıklıkla orta yaş ve üzerinde görülen bir göz hastalığıdır. Bu operasyonda işlemi gerçekleştirecek olan hekimin tecrübesi ve göz içerisine yerleştirilecek olan merceğin kalitesi oldukça önemli. Ortalama 15-20 dakika içinde tamamlanır. Hasta cerrahi müdahaleden sonra hemen taburcu edilir. AKILLI (TRİFOKAL) MERCEK NEDİR? Trifokal (akıllı, premium) mercekler uzak, yakın ve orta mesafede gözlüksüz net görüş sağlar. Ameliyat ile göz içine yerleştirilir. Ömürlüktür, değişim gerektirmez. Kataraktı olan veya olmayan, 40 yaş üzerinde olup, gözü bu ameliyatlara uygun olan hastalara uygulanabilir. İleride katarakt ameliyatı olmaktan da kurulunmuş olunur. Hastalarımızın gözünde mevcut olan miyop, hipermetrop, astigmat ve yakın görme problemi olan prespiyopi de akıllı mercekler ile ortadan kalkar. - LAZER İLE UZAK-YAKIN VE ASTİGMAT GİBİ KIRMA KUSURLARINIZDAN KURTULABİLİRSİNİZ. - Akıllı lens ile yakın, orta ve uzak mesafede engelsiz net görüşe sahip olun! (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**51)**

**Dosya No: 2022/3829**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Selda ULAŞAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 24.08.2022 tarihli görünümünde, *"Her cerrahi işlemde hastalarımızla bir bağ kuruyoruz. Yapacağımız her işlemde hastalarımızı gereği kadar bilgilendirmeli bunun yanında güvenlerini kazanmalıyız. Bu hastalarımızın başlangıçta çok soruları vardı. Bir türlü emin olamadılar. Geldiler sordular gidip biraz düşündüler yine geldiler yine akıllarına takılan soruları sordular. Eşler birbirlerini her an desteklediler veee sonunda akıllı merceklerimizi uyguladık. Onlar çok mutlu bizde çok mutluyuz. Hastam dedi ki uzun zaman sonra ilk defa aynada kendimi rahat görebildim…kendinize iyi bakın. - Sevgili hastamla yolculuğumuz gayet iyi gidiyor. Gözlük takmaya başladığı zamanı bile unutan hastamıza akıllı mercek ameliyatı yaptık motivasyonu çok iyi olan hastamız saatler içinde yeni merceklerine çok iyi uyum sağladı bizde beraber bir fotoğrafla sevincimizi perçinleyelim dedik çünkü çok iyi ekip olduk. - Evet bir hastamız daha uzak ve yakın gözlüklerinden akıllı mercek sayesinde rahatladı. Bizde uzaklardan gelen bu hastamızla bir anı olsun istedik. - Artık sadece güneş gözlüğü takıyoruz ve mutluyuz. (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2022/3836**

**Şikayet Edilen: Yrd. Doç. Dr. Burak TANRIVERDİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 24.08.2022 tarihli görünümünde, *"Yaklaşık 3 hafta önce miyop ve astigmat nedeniyle Notouch olarak bilinen transepitelyal PRK/Streamlight lazer uyguladığımız hastamızın bugünkü kontrolünde, gözlüksüz %150 görme seviyesine kavuşması hepimizi memnun etti. Kendisine sonraki eğitim hayatında başarılar dilerim. Kırma kusurları için uyguladığımız lazer operasyonları öncesi ayrıntılı göz muayenesi, göz numaraları doğru tespit edilmesi ve kornea haritasında lazere uygunluğun kontrol edilmesi ile günümüzde kişiye özgü seçenekler geliştirilmiştir. Paylaşım bilgi amaçlıdır, izin için hastamıza ve annesi hemşire hanıma teşekkürler... (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**53)**

**Dosya No: 2022/3928**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Işılay KAVADARLI**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 03.09.2022 tarihli görünümünde, *"Her iki gözünde katarakt operasyonu gerçekleştirdiğimiz hastamızı, yaşadığı yer olan Londra’ya Trafalgar Meydanı’nı net olarak görebileceği mutlu gözlerle uğurladık. - KİŞİYE ÖZEL MERCEKLER İLE KATARAKT TEDAVİSİ Doğru tanı ve tedavi için randevu alabilirsiniz. - Katarakt ameliyatı olurken gözünüzün içine yerleştirilen kişiye özel mercek ile uzak, ara ve yakın mesafelerde net görüşe sahip olabilir, miyop, hipermetrop ve astigmat gibi görme kusurlarından aynı anda kurtulabilirsiniz. - Katarakt tedavisinde yakın, orta ve uzak görüş probleminin yeni nesil göz içi merceklerle çözümü mümkün. (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2022/4236**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hanife ÖZTÜRK KAHRAMAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 27.09.2022 tarihli görünümünde, *"Yüksek miyop astigmatı olan hastamızın lasik sonucu. - Günümüzü Lasik ile bitiriyoruz... (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin, hekimlik mesleğini yürüten 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 Yönetmeliği’nin 5/1-c maddesi,

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2022/3174**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Taylan YILMAZ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.08.2022, 17.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların02.08.2022 ve 17.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Lasik işlemi (halk arasında göz çizme) güvenli bir işlem olup, kısa süreli bir işlemdir Tetkikler sonrası gözlükten kurtulmak sizin elinizde...'', ''Çizerim, affetmem... #lasik'', ''Femtosecond lazer yaptığım hastanın mutluluğu...tabi benimde...'', '' #Strabismus cerrahisi 2 resim arasındaki fark nedir; 35 prisma dioptri ESOTROPYA+ŞAŞILIK CERRAHİSİ Şaşılık cerrahisi görmeyi, görüntüyü ve hayat kalitesini arttıran bir operasyondur. Yaptığım cerrahiden sonra yüzünü güldürdüğüm bir çocuğun verdiği mutluluksa... sonsuzdur.'', ''Trifokal uyguladığımız hastanın memnuniyeti (akıllı mercek) ve tabi doktorunda.''* gibi 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 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. Taylan YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2022/3183**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Baran Bari İLHAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.08.2022, 15.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların02.08.2022 ve 15.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''NO TOUCH LAZER ile Miyop ve Astigmat gibi görme kusurlarınızdan kurtulabilirsiniz.'', ''Uzak, yakın ve astigmat tedavisinde tedavisinde göze dokunmadan NO TOUCH LAZER.'', ''Gülhan Hanım genç olması, bir gözü -22.00 diğer gözünün -21.00 miyop olması ve gözünün lazere (göz çizdirme ameliyatına) uygun olmamasından dolayı özel bir yöntem olan fakik IOL operasyonu ile gözlüklerden kurtulması sağlandı. Şifa ile taburcu edildi.'', ''Vogt-Koyanagi-Harada sendromu olan ve yaklaşık 20 yıldır takibini yaptığımız Nazlı Hanım'a Katarakt ameliyatı yaptık. Şifa ile taburcu edildi, kendisine bir ömür sağlıklı bir yaşam diliyorum.'', ''Bizlere güvenip Güney Kore’den Lazer olmaya gelen Hastamız Esra Hanım’a No Touch Lazer yapıldı. Gözlük ve lense veda etmenin mutluluğuyla ülkesine yolluyoruz…'', ''Esra kardeşimize miyop ve astigmat problemi için kendisine No Touch Laser tedavisi uyguladık. Kontrol muayenesinde her şey yolunda.'', ''Keratokonus hastasına Cross linking operasyonu yapıldı, şifa ile taburcu edildi kendisine sağlıklı bir yaşam diliyorum.'', ''Akıllı Lens cerrahileri ve Göz Lazer tedavileri ile hastalarımıza şifa olmaya devam ediyoruz.'', ''Daha önce başka bir merkezde katarakt ameliyatı yapılırken komplikasyon çıkması üzerine mercek yerleştirilemeyen hastamıza, Sekonder İOL (skleral fiksasyon) yöntemiyle yerleştirildi. Şifa ile taburcu edildi.''* gibi 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 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. Baran Bari İLHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2022/3732**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Öznur İŞCAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 18.08.2022, 15.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların18.08.2022 ve 15.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Bir hastamızın daha gözlüklere veda etmesini sağlamış olduğumuz için mutluyuz.'', ''Bugünde iki hastamızın katarakt operasyonunu gerçekleştirdik. En büyük mutluluğumuz hastalarımızı aydınlığa kavuşturabilmek.'', ''Katarakt cerrahisinde kesafetlenmiş göz içi lensimizi değiştiriyoruz ve hastalarımızın isteği üzerine tek ya da çok odaklı mercekler kullanıyoruz.''* gibi ifadelere ve tedavi görsellerine yer verildiğitespit 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 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. Öznur İŞCAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2022/3755**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Elif ŞANAL ULU**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.08.2022, 15.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların23.08.2022 ve 15.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''No Touch lazer operasyonumuzla çok kısa bir sürede el değmeden gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz.'', ''...İki yıldır göz çizdirme ameliyatını araştırıyordum birçok hastaneyle de görüşmem oldu hep tedirginlik vardı ya iyi olmazsa diye ama tam o sırada ELİF ŞANAL ULU hocama denk geldim iyi ki de gelmişim o sakin ses tonuyla güler yüzüyle bütün korkularımı giderdi ve göz çizme operasyonumu gerçekleştirdi ve gerçekten çok memnun kaldım çookk... Şeyma ve Sevilay Hanım kardeşler ve her ikisi de No Touch lazer tedavisi için bizi tercih ettiler. Biz de güzel yorumları için teşekkür eder, sağlıklı güzel günler dileriz.'', ''Doktor Elif Hanım sağ ve sol gözüme katarakt ameliyatı uyguladı her şey çok güzel geçti kendisine çok çok teşekkür ediyorum, ilgisinden dolayı asistanı Dürdane Hanım'a da teşekkür ederim ve herkese gerçekten tavsiye ederim... Her iki gözüne katarakt operasyonu uyguladığımız hastamızın 1. hafta kontrolünü gerçekleştirdik.'', ''Denizli’den gelen hastamız Kader Hanım No Touch lazer olmanın mutluluğunu yaşıyor.'', ''No touch lazer için Rusya'dan gelen hastamız Natalia Hanım'ın işlem süreci ve gözlüklerinden kurtulma hikayesini sizinle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz.''* gibi 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 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. Elif ŞANAL ULU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2022/3820**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Süleyman YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında “op.dr.suleymanyildirim’’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.08.2022, 24.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 26.08.2022 ve 24.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Kıbrıs’ta yaşayan yıllardır gözlük kullanan uzak ve yakını bulanık gören hastamıza üç boyutlu akıllı mercek taktık. Hastamız mutlu biz daha mutluyuz.'', ''Lazer hastalarımla. Adıyaman, Antalya ve Hollanda’dan gelen hastalarıma Lazer uyguladım, miyopa ve astigmata veda, gözlüklere güle güle. Sağlıkla.'', ''Yorucu bir günün ardından günü excimer lazerlerle sonlandırdık. Hastalar mutlu biz daha mutluyuz.'', ''Bir gözünü kaybetmiş, mevcut gözünde de kataraktı olan hastam endişeyle muayeneye geldi. Kataraktı ilerlemiş, günlük hayatında çok zorlanıyor ve kalan gözünü kaybetmekten çok korkuyordu. En değerli varlığım, dediği gözünü emanet etti. Akıllı mercek taktım, ertesi gün kontrolde uzak ve yakın görüşü mükemmeldi. Hastam mutlu, ben daha mutlu.'', ''Bir Excimer lazerle gözlüklere veda gününü de başarıyla tamamladık. Ağrısız, acısız, keyifle geçen 10 dakika sonra göz dereceniz tarih oluyor. Gözlüğe elveda, net görüşe merhaba.''* gibi 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 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. Süleyman YILDIRIM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2022/3821**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022, 24.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 24.08.2022 ve 24.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Yüksek numaraları lazer ile düzeltmek mümkün. 1 yıl önce lazer yaptığım hastamın şimdiki sonucu. Yöntemin ismi prk. Avantajı güvenli olması, dezavantajı uzun sürede iyileşmesi. 1.5-3 ay Değer mi bence değer.'', '' Üst göz kapağı ameliyatımızdan 3 hafta sonraki neticemiz. Ne dersiniz gözlere gençlik gelmiş mi?'', ''Benim için hekimlikte en önemli şey hasta memnuniyetidir. Bunun için elimden geleni yapıyorum. Kosova’dan gelen bir hastamı ameliyat etmiştim. Onun önerisiyle başka bir hastama katarakt ameliyatı yaptım, onun önerisiyle de 1 ay sonra oğluna lazer yaptım. Süreç sonunda hepsi memnun olarak Kosova’ya döndüler. Bundan sonraki hayatlarında kendilerine esenlikler dilerim.'', ''Göz kapağı estetiği gözlerinize ışıltı verir, sizi gençleştirir. Hastamın ameliyattan 1 ay sonraki görüntüsü.'', ''Saniyeler içerisinde gözlüklerinizden kurtulmanız mümkün. Yaşınız ve göz yapınız uygunsa kısa bir süre içerisinde güvenli bir şekilde gözlüksüz bir hayata geçiş yapabilirsiniz.'', ''Göz yapınız uygunsa lazer ile gözlüklerden kurtulmanız saniyeler sürüyor. Yapılacak ayrıntılı bir göz muayenesinin ardından doktorunuzla birlikte buna karar verebilirsiniz.'', ''Gözlükten kurtulma cerrahisi (excimer lazer) son derece güvenli bir yöntemdir. Kornea tabakanız uygunsa ve doktorunuzun tecrübesine güveniyorsanız rahatlıkla lazer olabilirsiniz.''* gibi 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 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. İbrahim YAŞAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2022/3824**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında “op.dr.ahmeteroglu’’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 26.08.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''AKILLI LENS ile gözlüksüz bir yaşam mülkün!'', ''Avusturya'dan Zeynep Hanım'ı mutlu eden olay akıllı lens ile uzak ve yakın gözlüklerinden kurtulmuş olması. Uygun hasta, uygun hazırlık ve uygun lens ile güzel sonuçlar elde etmek mümkün.'', ''Her iki gözüne birer gün arayla akıllı lens uygulaması yaptığımız Nahide Hanım uzaklarda +3.00, yakınlarda da +5.00 numara gözlüklerine veda etti ve #yalova ya uğurladık. Uygun hasta, uygun göz ve uygun lens ile tüm mesafelerde gözlüksüz net görmek artık mümkün.'', ''KATARAKT AMELİYATI İLE GÖZLÜKLERİNİZDEN KURTULMAK MÜMKÜN!'', ''ÇOK ODAKLI AKILLI MERCEK İLE YAKIN VE UZAK GÖRME SORUNUNA SON!'', ''Değerli doktorumun başarılı operasyonu sayesinde gözlükleri attık darısı katarakt vakti gelen herkese olsun... kendisine ve ekip arkadaşlarına çok teşekkür ederim... başarılarının devamını diliyorum.'', ''... Sayesinde 40 küsür senedir vazgeçilmezim olan gözlüklerden kurtuldum... Kesinlikle sayın doktorumu göz ile sıkıntısı olan herkese öneririm...''* gibi 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 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. Ahmet EROĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2022/3825**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Yusuf ÖZ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022, 25.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 24.08.2022 ve 25.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''EXCİMER LAZER ile saniyeler içinde gözlüklerinize veda edin!'', ''Katarakt Tedavisinde Uzak ve Yakın Mesafelerde Ömür Boyu Net Bir Görüş!'', ''Gözlüklerinize Veda Edin!'', ''Akıllı Lens gözlüklerinize veda edin! Göz içine yerleştirilen uzak, orta ve yakın mesafenin net bir şekilde görülmesini sağlayan merceklerdir.''* gibi 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 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. Yusuf ÖZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2022/3826**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Sermal ARSLAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 26.08.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *''Yüksek numaralarda güvenilir excimer laser.'', ''...Doktorum Sermal Bey çok ilgili güler yüzlü biriydi. Tüm sorularımı ayrıntılarıyla cevapladı. Önerdiği ve uyguladığı lazer tedavisi ile artık gözlüksüz çok net görüyorum. Her şey için çok teşekkür ederim.'', ''Son teknoloji ile gözlüklerinizden siz de kurtulabilirsiniz... Gözlüklerden kurtulduğum için çok ama çok mutluyum. Her şey için çok teşekkür ederim. Elinize, emeğinize sağlık. İyi ki siz iyi ki universal göz.'', ''Sevgili Elif Hanım'ın lazer sonrası mutluluğu... Uygun olan göze tecrübeli ellerde başarı sonuçları oldukça yüksek bir cerrahidir.'', ''Excimer lazer operasyondan hemen sonra. Sadece 10 dakika gibi bir sürede topikal anestezi ile yapılan Excimer lazer operasyonu sizi aracısız net bir görüşe kavuşturur.'', ''Gözlüklerinizi temizlemekten sıkılmadınız mı? Excimer Lazer Tedavisi.''* gibi 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 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. Sermal ARSLAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2022/3827**

**Şikayet Edilen:** **Prof. Dr. Metin EKİNCİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 24.08.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *''Lazer sonrası gözlüklerinden kurtulan hastamla.'', ''Akıllı Lens Ameliyatı ile Gözlüklerden Kurtulacağınızı Biliyor Muydunuz?'', ''Gözlüklerinden kurtulmak için İstanbul'a gelen hastamız Erhan Bey'e intralase lasik yaptık. Operasyon sonrası 1. gününde görmeleri tam olarak hastamızı memleketine uğurladık.'', ''Almanya'dan gözlüklerinden kurtulmak için gelen, bizi tercih eden hastamız İsmail Bey'in ameliyat sonrası 4. gününde vizyonları %120 Zeıss trifokal mercek tercih eden hastamın artık gözlüğe ihtiyacı olmayacak, tüm mesafeleri net görebilecek. İsmail Bey'i mutlu bir şekilde ülkesine uğurladık.'', ''Metin Bey'e ve ekibine (Pelin Hanım ve Melda Hanım'a) bana gösterdikleri ilgiden ve birinci sınıf hizmetten dolayı çok teşekkür ederim, beklediğimden çok daha iyi tedavi süreci yaşadım, her şey eksiksiz ve mükemmeldi... Başarılarınızın devamını dilerim.''* gibi 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 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 **Prof. Dr. Metin EKİNCİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2022/3828**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Özge GÜNGÖR AKKUŞ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.08.2022, 02.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 25.08.2022 ve 02.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Akıllı Lens (Mercek) uygulamamız ile gözlerinize sağlık, hayatınıza netlik kazandırın!'', ''Bir Femtosaniye Lasik operasyonu sonrası yine yüzler gülüyor. Hastamıza bir kez daha geçmiş olsun diyor, kendisine dünyaya sağlıklı gözlerle baktığı, mutlu ve keyifli günler diliyorum.'', ''Birtakım hazırlıklar #ilasik. Değerli hastamızla birlikte, Femtosaniye Lasik uygulamamızla yüksek göz numaralarına veda ettikten sonra çekildiğimiz hatıra karesi...'', ''DÜNYANIN GÖZÜNE BAKIYORUZ! Gözlerimiz en değerli ve narin organlarımızdandır. Göz sağlığı ihmale gelmez... Geçtiğimiz günlerde, Viyana’dan hastanemize Check-up için gelen ve yaptığımız kontrollerin ardından Excimer Lazer (Göz Çizdirme) ameliyatını yaptığım 22 yaşındaki hastam, yaşadığı memnuniyeti ve mutluluğu bu güzel videoda bizlerle paylaştı.'', ''Yeni bir güne, bu mutlu hatıra karesiyle başlıyoruz... Daha önce de eşini ameliyat ettiğim Seher Teyzem'e bir kez daha geçmiş olsun diyor, güzel günler görmesini diliyorum.''* gibi 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 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. Özge GÜNGÖR AKKUŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2022/3927**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Özgür EROĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal medya mecrasında “op.dr.ozgureroglu’’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.09.2022, 15.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 03.09.2022 ve 15.11.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Güncel teknolojilerle yeniden yorumlanan cerrahi yöntemler ile artık “gözlükten kurtulmak” acısız, hızlı bir şekilde gerçeğe dönüşmektedir.'', ''Almanya’dan gelen hastam trifokal mercek tedavisi sonrası oldukça mutlu. Mutlu bir yaşam için belki de oturup hayatımızı yeniden gözden geçirmenin tam zamanıdır. Öyle değil mi?'', ''Göz tedavileri doğru yöntem ve doğru ekip ile yapıldığında güvenlidir. Ayrıca; hastanemizin teknolojik alt yapısı göz hastalıklarının teşhis ve tedavisinde bizlere oldukça büyük kolaylıklar sunuyor. Birbirimizle omuz omuza çalışıyoruz ve çok şey paylaşıyoruz. Herkesin iyi göz sağlığı hizmetine erişebildiği ve net görüş sayesinde bir gelecek kurma fırsatına sahip olduğu bir dünya için gayret ediyoruz.'', ''Değerli Hastalarım; başarılı, ömür boyu net görmeyi sağlayacak bir göz ameliyatının bedeli hiçbir şey ile ölçülemez. Unutmayın göz ameliyatı sonrası iyi görme; iyi cerrah, iyi malzeme, iyi ölçüm, tecrübeli bir ekip ve temiz bir ameliyathane ile sağlanabilir. Kişiye özel tedavi hizmetleri ile mümkün olan en yüksek bakım standardını sunmaya var gücümüzle çalışıyoruz. Gözünüze gözümüz gibi bakıyoruz.''* gibi 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 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. Özgür EROĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2022/4941**

**Şikayet Edilen:** **Nilay Toprak Güzellik ve Kozmetik Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.nilaytoprakguzellik.com adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "nilaytoprakguzellik" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.11.2022, 06.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler****:** İnceleme konusu tanıtımların 04.11.2022 ve 06.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"Akne Tedavisi, Batık Tırnak Tedavisi, Çatlak Tedavisi,* *Kaş Silme, Nasır Tedavisi, Mantar Tırnak Tedavisi, Kuş Gözü Nasırı Tedavisi, Popo Estetiği, Medikal Cilt* *Bakımı''* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluş bir sağlık kuruluşu olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 04.11.2022 ve 06.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"Akne Tedavisi, Batık Tırnak Tedavisi, Çatlak Tedavisi,* *Kaş Silme, Nasır Tedavisi, Mantar Tırnak Tedavisi, Kuş Gözü Nasırı Tedavisi, Popo Estetiği, Medikal Cilt* *Bakımı''* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara 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 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 salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, Yönetmelik'in 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 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 maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nilay Toprak Güzellik ve Kozmetik 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.

**68)**

**Dosya No: 2022/2497**

**Şikayet Edilen: Dr. Özgür ÖĞRETEN (Sym Estetik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘symestetikcerrahiklinik’ hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'symestetikcerrahiklinik’ kullanıcı isimli sayfanın 21.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; (…) Hollywood yüz hatlarına sahip olmak ister misiniz? Belirgin* *elmacık kemikleri, belirgin çene ve jawline hattı, incecik kuğu gibi bir boyun (...) 50 dakika, lokal* *anestezi, ağrısız, ömür boyu kalıcı, aynı gün sosyal hayata dönüş (…) Dudak dolgusu: dudaklar* *yüzümüzün simetrisini tamamlayan önemli parçadır. Hyaluronik asit ile uygulanan dudak dolgusu, 10* *dakikada yüzünüze uyumlu daha estetik dudaklara kavuşmanızı sağlar (…) 15 dakikada gençleştiren* *botoks, acısız, 6 ay kalıcı (…)’’* gibi ifadelere, hastaların tedavi görüntülerine, yapılan işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 21.09.2022 tarihli görünümünde *“(…) Hollywood yüz hatlarına sahip olmak ister misiniz? Belirgin* *elmacık kemikleri, belirgin çene ve jawline hattı, incecik kuğu gibi bir boyun (...) 50 dakika, lokal* *anastezi, ağrısız, ömür boyu kalıcı, aynı gün sosyal hayata dönüş (…) Dudak dolgusu: dudaklar* *yüzümüzün simetrisini tamamlayan önemli parçadır. Hyaluronik asit ile uygulanan dudak dolgusu, 10* *dakikada yüzünüze uyumlu daha estetik dudaklara kavuşmanızı sağlar (…) 15 dakikada gençleştiren* *botoks, acısız, 6 ay kalıcı (…)’’* gibi talep yaratıcı ifadeler ile yapılan işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine 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 5 inci 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. Özgür ÖĞRETEN (Sym Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2022/3654**

**Şikayet Edilen: Aysel BAL (Ayseli Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait olup www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘ayseliguzelliksalonu’ hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘ayseliguzelliksalonu’ kullanıcı isimli sayfanın 27.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken *"leke tedavisi"* isimli tıbbi işleme yönelik tanıtıma yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 27.09.2022 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 *"leke tedavisi"* 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 **Aysel BAL (Ayseli Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2022/4143**

**Şikayet Edilen: Orhan AYNEBEK (Aysima Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘aysima\_guzellik\_merkezi’ hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde ‘aysima\_guzellik\_merkezi’ kullanıcı isimli sayfanın 30.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken *"dermapen, leke tedavisi, saç ekimi, mezoterapi, gıdı eritme"* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, bununla birlikte, ilgili mevzuatta "güzellik merkezi" olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde söz konusu tanıtımlarda kuruluşun güzellik merkezi olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların 30.09.2022 tarihli görünümünde, tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve ilgili mevzuatta "güzellik merkezi" olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde söz konusu tanıtımlarda kuruluşun güzellik merkezi olarak nitelendirildiği,

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 *"dermapen, leke tedavisi, saç ekimi, mezoterapi, gıdı eritme"* 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 **Orhan AYNEBEK (Aysima Güzellik Salonu)** 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.

**71)**

**Dosya No: 2022/742**

**Şikayet Edilen: Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özel Dünya Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.youtube.com/watch?v=diovSZCWHgU URL adresinde *"Dünya Gözüyle Bugünleri De Gördük Ya ..."* ifadeleriyle yayımlanan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, *"Dünyanın 6 farklı kıtasına göz sağlığı ihraç ettiğimiz, 160 ülkeden yılda 110.000 hastaya hizmet vererek ülkemize döviz girdisi sağladığımız, 26 yılda 60.000.000'u aşkın başarılı tedaviyle Türkiye'de 'ilk', dünyada 'tek' olduğumuz, FDA onaylı teknolojimizle 500’ü aşkın tedavi işlemi sunup şifa verdiğimiz... Almanya, Hollanda, Azerbaycan gibi ülkelerde açtığımız göz hastanelerimizle, bulunduğu ülkelerin kamu ve özel sigorta şirketleri ile anlaşma yaparak, yine bulunduğu ülke ve komşu ülkelerin vatandaşlarına göz sağlığı hizmeti vererek dünyaya açıldığımız, Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı Başarı Belgesi ile ödüllendirilerek büyük gurur duyduğumuz bugünleri de gördük ya... Daha ne isteriz! Seninle birlikte büyüyoruz; teşekkürler Türkiye!"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda, *"Dünyanın 6 farklı kıtasına göz sağlığı ihraç ettiğimiz, 160 ülkeden yılda 110.000 hastaya hizmet vererek ülkemize döviz girdisi sağladığımız, 26 yılda 60.000.000'u aşkın başarılı tedaviyle Türkiye'de 'ilk', dünyada 'tek' olduğumuz, FDA onaylı teknolojimizle 500’ü aşkın tedavi işlemi sunup şifa verdiğimiz... Almanya, Hollanda, Azerbaycan gibi ülkelerde açtığımız göz hastanelerimizle, bulunduğu ülkelerin kamu ve özel sigorta şirketleri ile anlaşma yaparak, yine bulunduğu ülke ve komşu ülkelerin vatandaşlarına göz sağlığı hizmeti vererek dünyaya açıldığımız, Türkiye’nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı Başarı Belgesi ile ödüllendirilerek büyük gurur duyduğumuz bugünleri de gördük ya... Daha ne isteriz! Seninle birlikte büyüyoruz; teşekkürler Türkiye!"* ifadelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımda geçen ifadelerin, sağlık alanında söz konusu kuruluşun çalışmalarına ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta sağlık kuruluşlarına izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan nitelikte olduğu ve ilgili mevzuat gereği yasak olan "reklam" niteliği taşıdığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Hastanesi Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özel Dünya Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine,

Diğer taraftan, anılan firmaya ait www.dunyagoz.com adresli internet sitesinde ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yayımlanan söz konusu kuruluşa ait 22.03.2021 ve 30.03.2021 tarihli tanıtımların yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 04.05.2021 tarihli ve 309 sayılı toplantısında, ilgili firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verildiği, ancak söz konusu ceza kararının ardından mevzuata aykırı tanıtımlara 04.02.2022 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, 2022 yılı için düzenlenen idari para cezasının beş katı olarak **(155.712x5)=778.560-TL (Yediyüzyetmişsekizbinbeşyüzaltmış Türk Lirası)** uygulanmasına karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2022/2103**

**Şikayet Edilen: Banu Parlak Danışmanlık Limited Şirketi (Banu Parlak Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 05.07.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Enzimatik liposuction, ameliyatsız liposuction, ameliyatsız vücut germe, ameliyatsız yüz germe, medikal estetik işlemleri"* 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 ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 05.07.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Enzimatik liposuction, ameliyatsız liposuction, ameliyatsız vücut germe, ameliyatsız yüz germe, medikal estetik işlemleri"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *"güzellik merkezi"* olarak belirtildiği,

15.02.2008 tarihli 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’in yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, anılan Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağının 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 Yönetmelik’in Geçici 5/2 nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Banu Parlak Danışmanlık Limited Şirketi (Banu Parlak Güzellik Salonu)** 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.

**73)**

**Dosya No: 2022/2386**

**Şikayet Edilen: NGST Sağlık Hizmetleri Araştırma Geliştirme Danışmanlık Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ngsturkey.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 21.04.2022 tarihli görünümünde,*"tüm genom dizileme, tüm ekzom dizileme, klinik ekzom dizileme, hedefe yönelik dizileme, RNA dizileme, biyoinformatik"* gibi alanlarda yetkisiz sağlık hizmetlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı, "Ürünlerimiz" başlığı altında *"NGST Preimplantasyon Genetik Test-Anöploidi (PGT-A) Kiti, NGST Non İnvasive Prenatal Tarama (NIPS) Kiti, NGST Non İnvasive Prenatal Tarama (NIPS) Plus Kit, NGST SMA Taşıyıcı Tarama Kiti"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan firmanın genetik hastalıkların değerlendirilmesine yönelik faaliyet göstermeye yetkisi / ruhsatı bulunmadığı halde, inceleme konusu internet sitesinin 21.04.2022 tarihli görünümünde,*"tüm genom dizileme, tüm ekzom dizileme, klinik ekzom dizileme, hedefe yönelik dizileme, RNA dizileme, biyoinformatik"* gibi alanlarda yetkisiz sağlık hizmetlerine yönelik tanıtımlar yapıldığı, "Ürünlerimiz" başlığı altında *"NGST Preimplantasyon Genetik Test-Anöploidi (PGT-A) Kiti, NGST Non İnvasive Prenatal Tarama (NIPS) Kiti, NGST Non İnvasive Prenatal Tarama (NIPS) Plus Kit, NGST SMA Taşıyıcı Tarama Kiti"* gibi, bu alanda tanıtımlarının mevcut olduğu, sağlık alanında ruhsatlandırılmayan söz konusu kuruluşun yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik söz konusu tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı, kamu sağlığını bozucu ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Tıbbi Laboratuvarlar Yönetmeliği'nin34 ve 35/ç 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, 7/5-g, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **NGST Sağlık Hizmetleri Araştırma Geliştirme Danışmanlık 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.

**74)**

**Dosya No: 2022/3051**

**Şikayet Edilen: Askeroğlu Özel Sağlık Hizmetleri ve Danışmanlık Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://sehnazaskerogluacademy.com adresli internet sitesinde ve İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "sehnazaskerogluacademy" hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.08.2022, 20.05.2022, 24.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://sehnazaskerogluacademy.com adresli internet sitesinin 24.05.2022 tarihli görünümünde, "Hizmetlerimiz" başlığı altında, *"Şehnaz Askeroğlu Academy olarak yaşlanmayı geciktiriyoruz ve cildinizin parlak görünmesini sağlıyoruz."* ifadelerine yer verildiği ve *"nem aşısı, botoks, dolgu, medikal cilt bakımı, mezoterapi"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "sehnazaskerogluacademy" hesap adıyla yayımlanan tanıtımların 15.08.2022, 20.05.2022, 24.05.2022 tarihli görünümlerinde, *"leke tedavisi, gençlik aşısı, botoks, mezoterapi, altın iğne"* gibi tıbbi işlemlere yönelik kampanya bilgilerine, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde https://sehnazaskerogluacademy.com adresli internet sitesinin 24.05.2022 tarihli görünümünde, "Hizmetlerimiz" başlığı altında, *"Şehnaz Askeroğlu Academy olarak yaşlanmayı geciktiriyoruz ve cildinizin parlak görünmesini sağlıyoruz."* ifadelerine yer verildiği ve *"nem aşısı, botoks, dolgu, medikal cilt bakımı, mezoterapi"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

İnstagram isimli sosyal medya mecrasında "sehnazaskerogluacademy" hesap adıyla yayımlanan tanıtımların 15.08.2022, 20.05.2022, 24.05.2022 tarihli görünümlerinde, *"leke tedavisi, gençlik aşısı, botoks, mezoterapi, altın iğne"* gibi tıbbi işlemlere yönelik kampanya bilgilerine, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellere yer verildiği,

15.02.2008 tarihli 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’in yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı,

Anılan Yönetmelik’in 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,

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 maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Askeroğlu Özel Sağlık Hizmetleri ve Danışmanlık 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.

**75)**

**Dosya No: 2022/3349**

**Şikayet Edilen: Kadir AYDIN (Zin Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 15.08.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"PRP, dermapen, plazmapen, dudak dolgusu, gençlik aşısı, leke ve akne tedavisi, göz altı torbaları tedavisi"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 15.08.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"PRP, dermapen, plazmapen, dudak dolgusu, gençlik aşısı, leke ve akne tedavisi, göz altı torbaları tedavisi"* gibi 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 Yönetmelik’in 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, Anılan Yönetmelik’in 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,

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 Yönetmelik’in Geçici 5/2 nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**76)**

**Dosya No: 2022/972**

**Şikayet Edilen: Nouvelle Viepremum Güzellik Cilt Bakım ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun ruhsatsız olmasına rağmen, www.nouvellevieestetik.com adresli internet sitesinin 22.06.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; tıbbi bir işlem olan *‘Çatlak Tedavisi’* isimli uygulamaya yönelik tanıtımlara yer verildiği, ayrıca kuruluşun isminin 'Nouvelle Vie Estetik ve Güzellik Merkezleri' olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşun gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde,www.nouvellevieestetik.com adresli internet sitesinin 22.06.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına da izin verilmeyen *‘Çatlak Tedavisi’* isimli tıbbi uygulamaya yönelik tanıtımlara yer verildiği, ayrıca kuruluşun isminin 'Nouvelle Vie Estetik ve Güzellik Merkezleri' olarak nitelendirildiği,

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

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitlitıbbi 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’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 31/1-a ve Geçici 5/2 maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**77)**

**Dosya No: 2022/1807**

**Şikayet Edilen:** **Dt. Beyza Nur KILIÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Diş Hekimi Beyza Nur KILIÇ”* başlıklı açık hava reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava reklamlarında, *“…Diş Hekimi Beyza Nur KILIÇ…Çocuk Diş Hekimliği…Muayenelerimiz Ücretsizdir…”* ifadelerine yer verildiği ve kuruluşun isminin *“Yeşilyurt Diş Kliniği”* adıyla nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un “Diş Hekimliğinde Uzmanlık Ana Dalları ve Eğitim Sürelerine Dair Çizelge” başlıklı ekinde yer alan çizelgede; Diş Hekimliği Fakültesi’nden mezun olan bir diş tabibinin “Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Ağız, Diş ve Çene Radyolojisi, Çocuk Diş Hekimliği, Endodonti, Ortodonti, Pediodontoloji, Protetik Diş Tedavisi, Restoratif Diş Tedavisi” uzmanlık ana dalları için alması gereken eğitim sürelerinin belirlendiği; bununla birlikte, söz konusu Kanun ekinde yer alan çizelgeye göre ‘Çocuk Diş Hekimliği’ uzmanlık ana dalı için alınması gereken eğitim süresinin 3 yıl olarak belirtildiği,

Diğer taraftan, Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’te ağız ve diş sağlığı hizmeti sunan sağlık kuruluşlarının ruhsatlarında belirtilen isimlerinin dışında başka bir isim kullanamayacakları açık olarak düzenlendiği,

Bu bağlamda; şahsın *‘Çocuk Diş Hekimliği’* uzmanlık ana dalında hizmet sunabilmesi için herhangi bir eğitim almamasına rağmen, incelemeye konu açık hava reklamlarında yetki alanında bulunmayan bir uzmanlık alanında hizmet sunulduğu yönünde tanıtım yapmasının ve kuruluş adına düzenlenen çalışma ruhsatında kayıtlı isimden farklı bir isim kullanmasının mevzuata aykırı olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Muayenelerimiz Ücretsizdir”* ifadesi ile sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırının aşıldığı ve kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İnceleme konusu tanıtımların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 25 inci maddesi,

- 06.10.2022 tarihli ve 31975 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 24 ve 25/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**78)**

**Dosya No: 2022/4523**

**Şikayet Edilen: Sonay Beauty Center Güzellik Merkezi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait www.sonaybeauty.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sonaybeauty.com adresli internet sitesinin 21.10.2022 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘botox, medikal cilt bakımı, prp, dermapen”* gibi başlıklar altında tıbbi işlemlere ilişkin bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşun sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde www.sonaybeauty.com adresli internet sitesinin 21.10.2022 tarihli görünümünde örnek olarak; güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının da yapılmasına da izin verilmeyen *"botox, medikal cilt bakımı, prp, dermapen*" gibi 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 Yönetmelik’in 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı,

Anılan Yönetmelik’in 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 Yönetmelik’in Geçici 5/2 nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sonay Beauty Center Güzellik Merkezi Ticaret 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.

**79)**

**Dosya No: 2022/4898**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Tuğba KURT**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde " dr.tugbakurt" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *"Katarakt ameliyatı ile hem kataraktımızdan hem gözlüklerimizden kurtulduk...Doğallığı bozmadan ihtiyaca göre(...)"* ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu mecrada yer alan tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**80)**

**Dosya No: 2022/4899**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Göksu Hande Naz ŞİMDİVAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde " dr.handenazsimdivar" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *"Üst kapak cerrahisi sonrası 1. ay son fotoğrafta ameliyat bölgesinin ne kadar güzel iyileştiğini görüyoruz...Özellikle de 45-50 yaş üstü, yakın görme sorunu yaşayan hastalarımıza bu uygulamayı sıkça öneriyor; diyabet (şeker hastalığı) ve glokom (göz tansiyonu) gibi rutin muayene gerektirmeyen hastalarda, gerekli ölçümler sonunda hangi merceği kullanacağımıza karar vererek güzel sonuçlar alıyoruz. Tıpkı Almanya’dan gelip, bu mutluluğu yaşayan hastamız gibi… Ancak üst kapak iz bakımından avantajlı bir bölge; doğru ameliyat tekniği ve hastamın da güzel bakımıyla 1,5 ay sonunda neredeyse iz kalmadığını son fotoda görüyoruz(...)"* ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu mecrada yer alan tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**81)**

**Dosya No: 2022/4900**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Seyhan KOCABAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde " dr.handenazsimdivar" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu mecrada, *" Ameliyat sonrası 3. ayında fonksiyonel ve estetik olarak tatmin edici bir sonuç elde ettik...Hastamızın ameliyat öncesi ve 1.hafta kontrolü, erken donemde olmasına rağmen hem fonksiyonel hem de estetik olarak iyi bir sonuç elde ettik (...)"* ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu mecrada yer alan 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 değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**82)**

**Dosya No: 2022/4955**

**Şikayet Edilen:** **Beautyderm Güzellik ve Spor Faaliyetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "beautyderm\_"isimli hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.11.2022, 23.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 03.11.2022 ve 23.11.2022 tarihli görünümlerinde, *"mantar tedavisi, medikal cilt bakımı, altın iğne, dermapen*" gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 03.11.2022 ve 23.11.2022 tarihli görünümlerinde *"mantar tedavisi, medikal cilt bakımı, altın iğne, dermapen*" gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlarda bulunulduğu,

15.02.2008 tarihli 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’in yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı,

Anılan Yönetmelik’in 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,

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 maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beautyderm Güzellik ve Spor Faaliyetleri 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.

**83)**

**Dosya No: 2022/1682**

**Şikayet Edilen: Dt. Münevver CABAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Diş Hekimi Münevver CABAR ... Hasta kabulüne başladı!”* başlıklı açık hava reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava reklamlarında, *“Diş Hekimi Münevver CABAR… Hasta kabulüne başladı! Muayenelerimiz Ücretsiz!…Çocuk Diş Hekimliği…”* ifadelerine yer verildiği ve kuruluş isminin *“Yeşilyurt Diş Kliniği”* adıyla nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu açık hava reklamlarında, *“Diş Hekimi Münevver CABAR… Hasta kabulüne başladı! Muayenelerimiz Ücretsiz!…Çocuk Diş Hekimliği…”* ifadelerine yer verildiği ve kuruluş isminin *“Yeşilyurt Diş Kliniği”* adıyla nitelendirildiğinin tespit edildiği,

1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un “Diş Hekimliğinde Uzmanlık Ana Dalları ve Eğitim Sürelerine Dair Çizelge” başlıklı ekinde yer alan çizelgede; Diş Hekimliği Fakültesi’nden mezun olan bir diş tabibinin “Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Ağız, Diş ve Çene Radyolojisi, Çocuk Diş Hekimliği, Endodonti, Ortodonti, Pediodontoloji, Protetik Diş Tedavisi, Restoratif Diş Tedavisi” uzmanlık ana dalları için alması gereken eğitim sürelerinin belirlendiği, bununla birlikte, söz konusu Kanun ekinde yer alan çizelgeye göre ‘Çocuk Diş Hekimliği’ uzmanlık ana dalı için alınması gereken eğitim süresinin 3 yıl olarak belirlendiği,

Diğer taraftan, Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'te ağız ve diş sağlığı hizmeti sunan sağlık kuruluşlarının ruhsatlarında belirtilen isimlerinin dışında başka bir isim kullanamayacaklarının açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; anılan şahsın *‘Çocuk Diş Hekimliği’* uzmanlık ana dalında hizmet sunabilmesi için herhangi bir eğitim almamasına rağmen, incelemeye konu açık hava reklamlarında yetki alanında bulunmayan bir uzmanlık alanında hizmet sunulduğu yönünde tanıtım yapılmasının ve kuruluş adına düzenlenen çalışma ruhsatında kayıtlı isimden farklı bir isim kullanmasının mevzuata aykırı olduğu, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Muayenelerimiz Ücretsizdir”* ifadesinin kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve bilgilendirme sınırlarını aşarak "reklam" olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İnceleme konusu tanıtımların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 25 inci maddesi,

- 06.10.2022 tarihli ve 31975 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 24 ve 25/1 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**84)**

**Dosya No: 2022/2437**

**Şikayet Edilen:** **Klinika Dent İstanbul Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**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 kuruluşa ait 'klinikadent' kullanıcı isimli sayfanın 19.09.2022 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Implantta dev fırsat! Yılsonuna kadar implantta %50 indirim! İmplant’ta dev fırsat! Yıl sonuna kadar geçerli %50 indirim! Detaylı bilgi ve randevu almak için 444 50 76’yı arayabilirsiniz... Bir gülümseme giyebileceğiniz en iyi şeydir. Bu sebeple dişlerinize iyi bakmanız önemlidir. Sağlıklı dişler için diş hekiminizden randevu almayı unutmayın! Siz sadece gülümseyin! Gerisini işin uzmanına bırakın... Klinika Dent olarak hastalarımızın mutlulukla gülümsemelerini sağlamak için çalışıyoruz... Klinika Dent’e gelin hayalinizdeki gülüşe kavuşun! Her hastamızdan sonra yapılan temizlik rutinimiz... Klinika Dent Maltepe’de sağlıklı mutlu gülüşler... Klinika Dent Kozyatağı Kliniğimizde diş beyazlatma işlemi (bleaching) ile hastamıza mutlu bir gülüş kazandırdık... Klinika Dent’te implant ve zirkonyum tedavisini birlikte izleyelim... Klinika Dent Kozyatağı’nda açılışa özel haziran ayı boyunca tüm tedavilerde %30 indirim! Tüm ödeme yöntemleri için geçerlidir... Klinika Dent'te gülüşünüz bize emanet... Siz de bembeyaz gülüşe sahip olmak için Klinika Dent'e uğrayın! Klinika Dent ile bembeyaz dişlere kavuşmak bu kadar kısa! Hadi izleyelim... İmplant gülüşünüzü güzelleştirir! Siz de doğal ve estetik bir görünüme kavuşmak için bizimle iletişime geçebilirsiniz... Ortodonti'de dijital ölçü ile invisalign şeffaf plak tedavisi nasıl yapılıyor, izleyelim... Klinika Dent’te dijital anestezi uygulamalarını birlikte izleyelim... Klinika Dent’te Ortodonti Günü’nü birlikte izleyelim mi? Klinika Dent ile implant tedavisi nasıl mı oluyor, hadi izleyelim... Klinika Dent ile gülüşünüz daha sağlıklı gözüksün. Siz de Klinika Dent'i ziyaret ederek sağlıklı ve doğal bir gülümsemeye kavuşabilirsiniz... Ortodonti tedavisi ile dişlerin çiğneme fonksiyonu daha etkin hale gelir. Ortodonti tedaviniz için bizimle iletişime geçin! Klinika Dent’te pedodonti tedavisi nasıl yapılır? İzleyelim...'* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte, *'Doktorum Cansu Hanım harikabir insan, güven veriyor. Kendisine çok teşekkür ederim... Klinika Dent ve ekibine ilgilerinden dolayı teşekkür ederim elinize sağlık... Hem doktorunuza hem de asistanınıza ilgi ve alakalarından dolayı çok teşekkür ederim... Cansu Hanım'a bugün diş taşı temizliği yaptırdım. Oldukça nazik bir şekilde işlemimi gerçekleştirdi. Tüm personel çok başarılı. Herkese emekleri için çok teşekkürler. Kesinlikle tavsiye ederim... Buğrahan Bey çok iyi bir doktor. Teşekkür ederim... Uğur Hocam ve ekibi çok ilgililerdi. Teşekkür ederim... Klinika Dent uzman hekim kadrosu ve güler yüzlü hizmetleriyle harika bir ekip herkese çok teşekkür ederim... Klinika Dent ve ekibinden çok memnun kaldım, her şey için çok teşekkür ederim, iyi ki Klinika Dent... Implant yaptırıyorum, çok memnun kaldım. Cansu Hanım ve ekibine çok teşekkür ederim... Dt. Fatma Vural Hocama ve Klinika Dent ailesine çok teşekkürler... Fatma Hanım'ın ellerine sağlık çok başarılı bir hekim kendisine ilgi ve alakalarından dolayı çok teşekkür ederim... Diş hekimim gayet iyiydi ve klinik gayet temizdi. Her şey için çok teşekkür ederim... Müşteri memnuniyeti çok yüksek. Güven ile tercih ettiğim diş kliniği... Son derece memnun kaldım, verilen hizmet mükemmeldi. Tedavim çok güzel ge, Gizem ve Elif Hanım'a çok teşekkür ederim... Diş sağlığı hizmetimde ilk günden bugüne süregelen tedavimde almış olduğum kaliteli hizmet ve güler yüzlü, samimi yaklaşımlarından dolayı başta Murat Polat, Muhsin Ergen ve Kübra Aydın ile Selma Pekmez'e çok teşekkür ederim... Doktorum, asistanı ve tüm çalışanlarınız çok ilgililer. Korkmama rağmen hiç tedirgin hissetmedim... Elif Hanım merhabalar hoş geldiniz kliniğimize. Tedavi süreci ve sonucuyla ilgili görüşlerinizi kısaca bize aktarabilir misiniz? Tabii, çok memnun kaldım. Öncelikle ilk geldiğimde bu kadar beyazlayacağını düşünmemiştim ama arada çok büyük fark olduğunu gördüm. Zeynep Hanım çok yardımcı oldu ve hiç ağrı hissetmedim bu süre zarfında. Çok memnunum... '* gibi ifadeler ile övücü ve tavsiye edici nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İnceleme konusu tanıtımların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 25 inci maddesi,

- 06.10.2022 tarihli ve 31975 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 24 üncü 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 **Klinika Dent İstanbul Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2022/2792**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.sezgin\_ceylan' kullanıcı isimli sayfanın 08.07.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; 'Haftayı no touch laser, akıllı lens ve hybrid keratokonus tedavisi ile bitirdik. Akıllı lens cerrahisi 10-15 dakika süren bir operasyondur. Kişi bu sayede yakın orta ve uzak mesafe gözlüklerine veda edebilir... Gözlükten kurtulmak için hangi lazer yöntemi? Hangi yöntem kornea için daha sağlıklı? Kesim içeren lazer yöntemleri, kesim içermeyen lazer yöntemleri... Birçok hastam bu soruyu soruyor. Hangi gözlükten kurtarıcı laser yöntemi işlem yapılacak olan kornea için daha sağlıklı... Bu sorunun cevabı için elimizde sizleri gözlükten kurtarıcı hangi yöntemler var öncelikle onları bilmeniz lazım. 2 tür laser girişim yöntemi kullanmaktayız... İsmail çok sevgili hastam sağda 7.00 miyop 3.00 astigmat, solda 8 miyop 2.00 astigmattan No Touch lazer ile kurtuldu... No touch laser en yüksek numaralarda dahil güvenle uygulanabilir bir sistemdir... No Touch lazer göze dokunmadan! Sadece birkaç dakikada gözlüksüz bir yaşam.'* 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**86)**

**Dosya No: 2022/2801**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Selahaddin DEMİRDÜZEN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.selahaddindemirduzen' kullanıcı isimli sayfanın 11.07.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Trans PRK yani notouch excimer lazer, eski PRK yöntemine göre daha pürüzsüz ve daha hızlı iyileşme* *sağlaması, ağrının daha az olması ve bütün aşamaların lazer ile yapılması sonucunda daha etkili ve konforlu bir yöntemdir. Bir hastamız daha gözlüklerinden kurtuldu kendisine geçmiş olsun diliyorum... Yurt dışından gelen hastalarımız gözlüklerinden kurtuldu... No Touch lazer ile gözünüze dokunulmadan gözlüklerinize veda edebilirsiniz. Son yıllarda tüm dünyada yaygınlaşan No touch (trans PRK) yöntemi en güvenli ve en kolay yöntemlerden biridir... Akıllı mercek, 40 yaş altı gözlükten kurtulmak isteyip gözü excimer lazere uygun olmayan hastalara uygulanır. Akıllı mercek ameliyatı ile uzak ve yakın gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz... #gözlüksüzhayat #gözlüktenkurtulma'* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**87)**

**Dosya No: 2022/2803**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Sezer HELVACI**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'opdrsezerhelvaci' kullanıcı isimli sayfanın 12.07.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; 'Gözünüze gözümüz gibi bakıyoruz. No Touch lazer, akıllı lens, katarakt. Açılan her göz mutluluğumuzdur... No Touch Excimer lazer ile uygun hastalarda miyop, astigmat ve hipermetroptan kurtulabilirsiniz... No touch Excimer lazer (göz çizdirme ameliyatı) eski PRK yöntemlerine göre daha ağrısız ve daha hızlı iyileşme gösteren bir yöntemdir. Çünkü kornea epiteli (şeffaf tabaka ön zarı) lazer öncesi kaldırılırken PRK yöntemindeki gibi alkol kullanılmaz. Bu işlem de tamamen lazer ile yapılır. Bu da lazeri ağrısız ve daha güvenilir hale getirir. Tamamen bilgilendirme amacıyla düzenlenen bir gönderidir. Diğer lazer yöntemleri hususunda bilgi almak için bize ulaşabilirsiniz... Uzağı ve yakını görmekte zorluk yaşayan hastalar için No touch lazer, daha önce yapılan PRK lazer yönetime göre daha üstündür. Çünkü PRK yönteminde korneanın epitel tabakasını alkol yardımıyla kaldırılırken,no touch yönteminde alkolün toksik etkileri olmayacağı için ağrı neredeyse hiç olmamakta ve gözün iyileşmesi daha hızlı olmaktadır. Her bir gözün lazeri en fazla 1 dakika civarında olmaktadır. Sizin için en etkili lazer yönteminin ne olduğunu öğrenmek için doktorunuzdan bilgi alabilirsiniz. Excimer lazer. No Touch lazer ile ağrısız bir şekilde net görüş elde edebilirsiniz.'* 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**88)**

**Dosya No: 2022/2804**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'opdrhuseyinsimsek' kullanıcı isimli sayfanın 10.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Asya kökenli ırklarda üst göz kapakları daha torbalı, düşük ve kapak kıvrımı belirgin değildir. Asyalı olan kişilerde anotomi farklı olduğu için ameliyatı farklılık arz eder. Türkmenistanlı hastamızın ameliyat sonrası 1.hafta kontrolü... Alternat ezotropia (içe doğru göz kayması) şikayeti ile bize başvuran genç hastamızı güzel bir göz operasyonu ile göz kaymasını engelledik. Genç hastamız bize 1.Gün kontrolüne geldi. Gözleri eskisinden daha iyi ve sağlıklı. Sizinde göz kayması şikayetiniz var ise hiç vakit kaybetmeden bana ulaşabilirsiniz... Femtolasik yönteminde flap bıçaksız olarak tamamen Femtosecond lazerle yapılıyor. Femtosecond lazer ışınları planlanan çap, kalınlık, derinlik ve doğrultuda kesi oluşturur. Böylece ince kornea, küçük göz, daha önce operasyon geçirmiş gözlerde flap kesisinin güvenle yapılmasını sağlar... Gözüne akıllı mercek takılan mutlu hastamız. Hastaların göz tedavisinde akıllı lens kullanıldığında tedavi sonrası gözlük kullanma gereksinimi olmaz. Bu kişiler gözlüksüz olarak kitap okuyabilir ya da uzaktaki yazıları rahatlıkla görebilirler. Akıllı mercek tedavisi uyguladığım hastam şimdi çok mutlu... Dokunmadan kesmeden güvenli bir şekilde lazer yapmaya imkan veren No Touch Lazer (schwind amaris excimer lazer) tedavisine İstinye Üniversitesi Gaziosmanpaşa Medikal Park Hastanesi'nde başladık... No touch lazer, göz kırma kusurlarını düzeltmek için kullanılan en güvenli yöntemdir. Adından da anlaşılacağı gibi, göze dokunmadan, kesmeden direkt lazerin göz üzerine uygulandığı bir tedavidir. Bu, özellikle temas hissini sevmeyen hastalar için uygun bir yöntemdir... Göz kapağı estetiği canlı ve genç bakışlar...Akıllı mercek trifokal mercek ile dünyayı daha iyi görmeniz mümkün. Uygun hasta, doğru doktor, doğru bilgilendirme ve makul beklentilerle hasta memnuniyeti %95 üzerindedir. Kalıcı olarak uzak ve yakını gözlüksüz görmek büyük bir nimettir... Göz kapağı estetiği ile daha canlı bir görünüm kazanmak mümkün...Uygun hasta, doğru doktor, doğru bilgilendirme ve makul beklentilerle hasta memnuniyeti %95 üzerindedir. Kalıcı olarak uzak ve yakını gözlüksüz görmek büyük bir nimettir... Yüksek derecede dejeneratif miyop nedeni ile gözlük ve kontakt lense bağımlı olarak yaşayan hastamızı akıllı mercek (trifocal) ameliyatı ile gözlük ve kontakt lensler kurtardık... Neyse ki mercek teknolojisindeki gelişmeler bu hastalarda da uzak yakın gözlüksüz görme imkanını bize sağlamaktadır... Akıllı mercekler, trifokal mercekler kimlere takılır? 40 yaşından sonra uzak yakın gözlük takmak istemeyen kimseler, kataraktı olan ve ameliyat sonrası gözlük takmak istemeyen hastalar, daha önce gözlük numarası için lazer olmuş numarası tekrar etmiş ve katarakt gelişmiş hastalar, gözü excimer lazere uygun olmayan yüksek miyop, hipermetropi ve astigmatı olan hastalar... Bakışlarınız yaşınızı göstermesin. Detaylı bilgi için www.oprdrhuseyinsimsek.com... Akıllı mercek, trifokal mercek gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz... Gözüne akıllı mercek takılan mutlu hastamız...'* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte *'Ameliyat sonrası çok şükür çok mutluyum. O kadar beklemiyordum açıkçası. Artık görüyorum uzağı yakını çok net. Okuyorum uzaktan yakından. Çok rahatım ve mutluyum. Doktor Bey'in ellerine sağlık. Çok saygın, sabırlı çok teşekkür ediyorum. Bütün buradaki personele, ekip arkadaşlarına, tercümanlara çok teşekkür ediyorum...'* gibi ifadeler ile övücü 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**89)**

**Dosya No: 2022/2805**

**Şikayet Edilen: Öz Anka Göz Sağlık ve Ticaret Limited Şirketi (Ankasu Göz Hastalıkları Merkezi)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'ankasugoz0' kullanıcı isimli sayfanın 10.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Presbiyopi tedavisi akıllı lens ile yapılmaktadır. Uzak orta ve yakın mesafede kalıcı bir netlik sağlamaktadır. Ücretsiz akıllı lens uygunluk testleri ve bilgilendirmesi için bekleriz... Akıllı lensler ile uzak, orta ve yakına odaklanabilmek mümkün. Her mesafede kesintisiz görüş, akıllı lensler. Akıllı lens ile uzak orta ve yakın mesafede net görüntü ömür boyu sürer... Akıllı mercek ile her şey daha net... Excimer Lazer tedavisiyle miyop, hipermetrop ve astigmat şikayetlerinizden hemen kurtulmak için bizimle iletişime geçebilirsiniz... Katarakt tedavisinde akıllı lens yöntemi ile her mesafeyi görebilirsiniz... Notouch lazer ile saniyeler içerisinde kalıcı olarak miyop, hipermetrop ve astigmattan kurtulmak mümkün... Gözünüze dokunmadan gözlüklerinize nasıl mı veda edeceksiniz? No Touch lazer... Excimer lazer ile miyop, hipermetrop ve astigmattan kurtulmak 30 saniyede mümkün. Wavefront lazer ile gece görüş netliği ve keskin görüş Ankasugöz'de... Yeni nesil lazer teknolojisi ile gözlüksüz hayata merhaba deyin... Kişiye özel lazer yani Contoura lasik ile renkler daha canlı, görüş keskinliğiniz daha yüksek olmakta.*  
*Ankasugöz lazer merkezimizde kişiye özel lazer tedavisi yapabilen Wavelight Ex500 teknolojisi ve cihazını kullanmaktayız. İstediğiz net vizyona sahip olun! Contoura lasik lazer ile hayatın renklerini daha net görün... Siz de lazer tedavisiyle miyop, hipermetrop ve astigmat şikayetlerinizden kurtulmak, gözlük ve kontakt lensleriniz ile hemen vedalaşmak için bizimle iletişime geçebilirsiniz... Gözlüklerinizi temizlemekten yorulduysanız Excimer lazer ile kesin çözüm... Bizimle göz sağlığınız güvende... Contoura ® Vizyon lazer korneayı eksiksiz tedavi ederek gündüz ve gece görüş kalitesini arttırır. Lazer sonrası ışık hassasiyeti, okuma zorluğu ve gece sürüş zorluğu problemlerinizi ortadan kaldırır. Yeni nesil lazer görüş teknolojisi Contouıra Lazer Ankasu Göz Lazer Merkezinde hizmetinizde. Gerçek görme güveninin tadını çıkarın... Excimer lazer ile gözlük ve lenslerden kurtulmak 30 saniyede mümkün. Wavefront lazer ile gece görüş netliği ve keskin görüş Ankasugöz'de... Ekranı görmekte zorlanıyorsanız akıllı lensler çözüm ortağınız olabilir... Gözlüksüz hayata merhaba deyin... Gözlüklerden kurtulmanın tam zamanı... İmajınız size özelse, göz lazer ameliyatınız da size özel olmalı, sizin göz yapınıza özel. Bu nedenle Ankasugöz lazer merkezimizde kişiye özel lazer tedavisi yapabilen Wavelight Ex500 teknolojisi ve cihazımı kullanmaktayız. İstediğiz net vizyona sahip olun... Yarıyıl tatilinin bitmesiyle yeni döneme başlayan çocuklarınızın göz muayenesini yaptırmayı unutmayın. Sağlıklı gözlerle başarılı bir dönem dileriz... Göz sağlığınız için en doğru kararı birlikte verelim... Akıllı lens ve Excimer lazer için gözünüze uygun yöntem, bilgilendirme ve ücretsiz uygunluk testleri için her zaman gelebilirsiniz... Akıllı lens ile her mesafede görüş imkanı... Bembeyaz karın keyfini çıkarın. Excimer lazer ile hayatınızı kolaylaştırın... Excimer lazer ile gözlük ve mercek kullanmadan hayata devam edin... Burak Bey'in lasik operasyonu sonrası 1.gün kontrolü tamamlandı. Görmelerimiz harika. Lasik konfordur. Operasyon sonrası 2 saat sonra iyileşme süreciniz başlar günlük aktivitelerinizi engellemez... Sema Hanım bugün 7 numara miyop ve astigmatla vedalaşıyor. Kendisi 30 saniye sonrasında gözlük ve lense ihtiyaç duymadan net görüş sağlayacak... Buket Hanım bugün Lasik yöntemi ile numaraları ile vedalaştı... Kendisi artık gece görüş netliği ile birlikte her mesafede net görüş sağlayacak... Nagihan Sevcan Hanım bugün No Touch yöntemi ile numaralarıyla vedalaştı... Özge Hanım Excimer lazer ile 4 derece miyop numaraları ile 30 saniyede vedalaştı. Özge Hanım için renkler daha canlı olacak... Hatice Buket Hanım Excimer lazer ile-3.75 miyop numaralarıyla vedalaştı. Kendisi artık kendi gözüyle HD kalitesinin konforunu ömür boyu yaşayacak... Hastamız artık uzak, yakın ve orta mesafede gözlüksüz daha canlı ve net görüyor... Behzat Bey akıllı mercek sonrası artık rahatlıkla gazetesini okurken gözlük ihtiyacı hissetmeden uzağı da net görebiliyor... Aysun Hanım'ın 1.ay kontrolü tamamlandı. Görüş netliği mükemmel. Kendisi No Touch yöntemiyle 30 saniyede numaralarıyla vedalaşan hastalarımızdan...'* gibi ifadeler ile 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik’in 5/1-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 **Öz Anka Göz Sağlık ve Ticaret Limited Şirketi (Ankasu Göz Hastalıkları Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2022/2808**

**Şikayet Edilen: Dr. Ahmet SATICI**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'este.goz.klinik' kullanıcı isimli sayfanın 10.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Randevu almak veya göz sağlığınızla ilgili her konuda bilgi almak için hemen arayabilir, mesaj atabilir ve whatsapp hattımızdan bize 7/24 ulaşabilirsiniz...Hayata sınırsız bak. Akıllı mercek tedavisi ile işlem sonrasında kontakt lens veya gözlük kullanımına gerek olmadan net görmek mümkün...Hastaların göz tedavisinde akıllı lens kullanıldığında tedavi sonrası gözlük kullanma gereksinimi olmaz. Bu kişiler gözlüksüz olarak kitap okuyabilir ya da uzaktaki yazıları rahatlıkla görebilirler. Trifokal lensler, günümüzün en gelişmiş göz içi lens teknolojisidir. Yakın, orta ve uzak mesafeler için kesintisiz ve net bir görüş sağladığı için hayat kalitesini olumlu yönde etkiler... Gözlüklerden kurtulmak mümkün mü? Excimer Lazer (PRK veya No-Touch, LASIK, SMILE) veya 3 Odaklı (Trifokal) Akıllı Merceklerle astigmat gibi göz bozukluklarından, uzak ve yakın gözlüklerden ve katarakttan aynı anda kurtulmak mümkün. Operasyon sonrası hayata çok hızlı ve net bir şekilde adapte olabilirsiniz. Göz Hastalıkları Kliniğimizde göz hastalıklarının tanısında ve özel deneyim gerektiren ameliyatların yapılmasında en gelişmiş bilimsel ve teknolojik yöntemler uygulanmakta ve gelişmiş cihazlardan yararlanılmaktadır. Göz doktorunuz Prof. Dr. Ahmet Satıcı ile Özel Bağcılar Şafak Hastanesinde veya Özel Bilge Hastanesinde randevu almak veya bilgi almak için hemen arayabilir ve whatsapp hattımızdan bize ulaşabilirsiniz...Göz Kapağı Estetiği hakkında bilgi almak için bizlere yazabilir ve web sitemizi ziyaret edebilirsiniz ...Asya Tipi Üst Göz Kapağı Estetik Ameliyatı Sadece 1 hafta Sonrası Prof. Dr. Ahmet Satıcı ile randevu veya bilgi almak için hemen arayabilir veya yazabilirsiniz...Şaşılık, her iki gözün birbiriyle olan paralelliğini kaybetmesidir. Her bir gözde 6'şar adet göz dışı kas bulunur. Bunların birinde veya birkaçında kuvvet azlığı veya fazlalığı olması şaşılığa neden olur. Bir göz düz bakarken diğeri içe, dışa, yukarı veya aşağı kayabilir. Erken tedavi için Dm atabilirsiniz...İnsan vücudunda yaşlılık belirtilerinin göründüğü en belirgin yer göz ve göz çevresidir. Göz kapağı estetiği ile yaşlanmanın önüne geçin…'* 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**91)**

**Dosya No: 2022/3002**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Abdülhakim TEKÇE**

**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 'op.dr.abdulhakimtekce' kullanıcı isimli sayfanın 28.09.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Keratokonus hastalarında teknolojik sistemlerle hem hastalığı durduruyoruz hem de hastalarımızın görme seviyelerini artırabiliyoruz. İşlem sadece 5 dakika ve ağrısız şekilde narkoz olmadan yapılıyor. Keratokonusda crosslink olmazsa olmaz tedavi yöntemidir. Hayata gözlerinizle gülümseyin... Femtosaniye lazer ile akıllı lens. Ağrısız, narkozsuz, dikişsiz 10 dakikada ömür boyu her mesafede net görüş... Hastalarımızın çoğu artık ne uzak için ne de yakın için gözlük kullanmak istemiyor. Ayrıntılı analizler ile göz yapılarınız uygunsa, hastanemizde bulunan son teknolojik sistemlerle, tıp alanındaki en iyi ve en gelişmiş cihaz ve malzemelerle, siz de güvenli ve konforlu bir şekilde kendi gözlerinizle görmenin mutluluğunu yaşayabilirsiniz... Yüksek göz numaraları olan; yakını ve uzağı göremeyen aynı zamanda da göz tembelliği olan hastamıza son teknoloji Femtosaniye lazer (ILASIK) ile hem göz numaralarını düzelttik hem de mesleğini icra etmesine engel olan görme problemini ortadan kaldırdık. Hastalarımızın hayatına dokunmak ve yaptığımız işlerle geleceklerini güzel bir şekilde planlamalarında yardımcı olabilmek bu mesleğin en muhteşem mutluluk verici yönüdür. Bu hastamız göz problemi nedeniyle mesleğinden uzaklaştırılmış ve çok istediği polislik mesleğine kavuşma umudunu kaybetmişti. Lazer sonrası numaraları sıfırlandı ve çok istediği mesleğine tekrar kavuştu. Ayrıca lazer sonrası hem görmeleri düzeldi hem gözlüklerden de kurtuldu... 2 ay süren bir tedavi sonrası yaptığımız akıllı lens ile hastamız çok mutlu... Görmekte zorlanan hastamıza en iyi sonucu alabilmek için öncelikle korneada bulunan lekelerin temizliği yapıldı. İyileşme süreci tamamlandıktan sonra hastamıza premium akıllı lens uyguladık. Hastamızın görmesini %100 e çıkarttık. Hastamız o kadar çok mutlu oldu ki her geldiğinde hediyeler getirerek teşekkürlerini bildirdi... Vitrektomi ile Retina ameliyatlarında erken müdahale, güzel bir cerrahi ile birleşince görme seviyesini çok üst düzeye çıkarabilmemiz mümkün. Ekibin tecrübesi ve kullanılan teknoloji de tabii ki çok önemli... Keratokonus hastalarında yüksek teknolojik sistemlerle hem hastalığı durduruyoruz hem de hastalarımızın görme seviyelerini artırıyoruz... Görme problemleri olan hastalarımıza 15 saniyelik lazer işlemi ile ağrısız, konforlu bir şekilde FEMTO-LASIK (bıçaksız lazer) ile kendi gözleriyle ömür boyu güzel görmelerini sağlıyoruz... Hastalarımız o kadar mutlular ki yakınlarına, dostlarına, arkadaşlarına tavsiye ediyorlar. Ve her hafta gelişimizde çok sayıda ameliyat yapıyorum. Hastalarımızın bana olan güveni beni çok mutlu ediyor... Yağmurlu havalar çileye dönüşmesin... Dünyagöz İzmir'de vitrektomi (göz arkası) ameliyatlarını da yüksek teknolojik cihazlarla yapıyoruz... En son teknoloji Smile Lazer'de No Touch lazerden farklı olarak lazer sonrası ağrı olmaz. Sporcularda, korneası ince olanlarda, yüksek numaralarda ve gözü hassas olanlara en iyi tercih lazer sistemidir... 40 yaşından sonra yakın gözlük kullanmak istemeyen hastalarımıza Femtosaniye Lazerle Akıllı Lens ameliyatı ile hem yakın ve uzak görme problemlerinden kurtarıyoruz hem de ömür boyu bir daha katarakt meydana gelmiyor... Femtosaniye lazerli Akıllı lens ameliyatı için en mükemmel yöntemdir... Hastamıza en son teknoloji Lazer ile Akıllı Lens uyguladık... İleri teknolojimiz ile hastalarımın hizmetindeyim... Dünyada uzun yıllardır güvenle uygulanan lazer ameliyatı ile siz de gözlüklerinize veda edin... Lazerin 1.günü hastamız tabii ki çok mutlu...'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte, *'6 ay önce bu hastaneye geldim. Mesleğime devam edemeyeceğim söylendi bu göz derecesiyle. 6 ay önce Abdülhakim Hocam sayesinde ameliyat oldum ve gözlerim sıfırlandı. Şu anda bir sorun yok. Göz tembelliğim sağ gözüm %20 idi. Şu an %100 görüyor hiçbir sorun kalmadı. Hocam sayesinde gayet sağlıklı göze kavuştum...'* gibi ifadeler ile övücü 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**92)**

**Dosya No: 2022/3411**

**Şikayet Edilen:** **Akser Sağlıklı Güzellik Hizmetleri Limited Şirketi (Monalisa Sağlıklı Güzellik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait tabela ile https://monalisasaglikliguzellik.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait 'Monalisa Sağlıklı Güzellik' başlıklı tabelada yer alan tanıtımlarda, "Selülit Tedavisi" ve https://monalisasaglikliguzellik.com/ adresli internet sitesinin 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; 'mezoterapi' gibi tıbbi işlemlerin isimlerine yer verilerek söz konusu işlemlerin kuruluş tarafından uygulandığı algısını yaratacak şekilde tanıtımlarda bulunulduğu, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Monalisa Sağlıklı Güzellik”, “Monalisa Sağlıklı Güzellik Luxury” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşa ait 'Monalisa Sağlıklı Güzellik' başlıklı tabelada yer alan tanıtımlarda, "Selülit Tedavisi" ve https://monalisasaglikliguzellik.com/ adresli internet sitesinin 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; 'mezoterapi' gibi tıbbi işlemlerin isimlerine yer verilerek söz konusu işlemlerin kuruluş tarafından uygulandığı algısını yaratacak şekilde tanıtımlarda bulunulduğu, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Monalisa Sağlıklı Güzellik”, “Monalisa Sağlıklı Güzellik Luxury” olarak nitelendirildiği,

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,

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde yer alan , *"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 Yönetmelik’inEk-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akser Sağlıklı Güzellik Hizmetleri Limited Şirketi (Monalisa Sağlıklı Güzellik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2022/4146**

**Şikayet Edilen: Halil KAYA (Aynur Kaya Beauty & Care Center)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'aynurkayabeautycenter' kullanıcı isimli sayfanın 07.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'karbon peeling, mezoterapi, selülit tedavisi, dermaroller, #aknetedavisi, #leketedavisi'* gibi tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara yer verildiği; diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Aynur Kaya Beauty Center” ve “Aynur Kaya Beauty & Care Center” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'aynurkayabeautycenter' kullanıcı isimli sayfanın 07.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'karbon peeling, mezoterapi, selülit tedavisi, dermaroller, #aknetedavisi, #leketedavisi'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara yer verildiği; diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Aynur Kaya Beauty Center” ve “Aynur Kaya Beauty & Care Center” olarak nitelendirildiği,

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 salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı,

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde yer alan, "*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 Yönetmelik’inEk-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Halil KAYA (Aynur Kaya Beauty & Care Center)** 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.

**94)**

**Dosya No: 2022/4223**

**Şikayet Edilen:** **Serpil BOZANCİR (Hazalım Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'hazalimkarakopru' kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'saç ekimi, leke tedavisi, dermapen, botoks, ben alma'* ve www.tiktok.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'hazalimguzelliksalonu' kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'dermapen, leke tedavisi, prp, saç ekimi, ben yakma'* gibi tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Hazalım Güzellik” ve “Hazalım Güzellik Karaköprü” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'hazalimkarakopru' kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'saç ekimi, leke tedavisi, dermapen, botoks, ben alma'* ve www.tiktok.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'hazalimguzelliksalonu' kullanıcı isimli sayfanın 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'dermapen, leke tedavisi, prp, saç ekimi, ben yakma'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Hazalım Güzellik” ve “Hazalım Güzellik Karaköprü” olarak nitelendirildiği,

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 salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı,

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde yer alan , *"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 Yönetmelik’inEk-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Serpil BOZANCİR (Hazalım Güzellik Salonu)** 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.

**95)**

**Dosya No: 2022/4540**

**Şikayet Edilen: Aysel ÇETİN (Estlife Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'estlife\_gebze' kullanıcı isimli sayfanın 09.11.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'leke tedavisi, dermapen, akne tedavisi, prp, mezoterapi, dolgu, botoks, plazmapen, ben alma, cilt yenileme tedavisi, saç mezoterapisi, ozon tedavisi'* gibi tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına 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 “Estlife Güzellik & Estetik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'estlife\_gebze' kullanıcı isimli sayfanın 09.11.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'leke tedavisi, dermapen, akne tedavisi, prp, mezoterapi, dolgu, botoks, plazmapen, ben alma, cilt yenileme tedavisi, saç mezoterapisi, ozon tedavisi'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına 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 “Estlife Güzellik & Estetik” olarak nitelendirildiği,

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 salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı.

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

Bununla birlikte; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde yer alan, "*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 Yönetmelik’inEk-1 Kısım “J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları” başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aysel ÇETİN (Estlife Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**96)**

**Dosya No: 2022/3509**

**Şikayet Edilen: Recep AÇIKGÖZ (DAĞISTANLI)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde "recepdagistan" hesap adıyla ve https://sonevre.com/tr adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.instagram.com adresli internet sitesinde "recepdagistan" hesap adıyla yapılan tanıtımların 21.09.2022 tarihli görünümünde örnek olarak; https://www.instagram.com/p/CeOzfenFB4D/ bağlantı adresinde Omur Masaj Yağı başlıklı tanıtımda, *"Merhabalar efendim ürün tanıtımınımıza devam ediyoruz. Omur masaj yağı diye geçiyor bu ürünümüz şu şekilde şöyle göstereyim. (...) özellikle bel ağrılarında, boyun ağrılarında, bel boyun fıtıklarında, özellikle ankilozan spondilit rahatsızlığı olanların büyük fayda sağlamada, sırt bölgesinde oluşan ağrılarda destek olur. Özellikle akciğer rahatsızlıklarında göğüs masaj yağıyla birlikte önden göğüs masaj yağı arka taraftan da omur masaj yağı sürülmek vasıtasıyla öksürük, balgam, nefes darlığı gibi rahatsızlıkların giderilmesinde mükemmel bir başarı sağlar. (...)" ve #kansertedavisi #kanser #tedavi #dogalcozumler #dogaltedavi #hasta #kanserhastasi #omurmasaji #masaj #masajyağı #omur #akciğerkanseri’’* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CeTw7cOF-Ox/ bağlantı adresinde Vücut Masaj Yağı başlıklı tanıtımda, *"(...) vücutta herhangi bir şekilde ağrıyan, sancı yapan bölgelerde kullanılabilinir. Genel olarak birçok ağır romatizmal rahatsızlıklarda artritte, ankilozan spondilitte, bel-boyun fıtığı gibi birçok ağrılı olan bölgelerde kullanılmakta. (...)" ve #kansertedavisi #kanser #tedavi #dogalcozumler #dogaltedavi #hasta #kanserhastasi’’* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CimkzKjMNts/ bağlantı adresinde Recep Dağıstanlı bağışıklık sistem güçlendirici başlıklı tanıtımda, *"bitkisel mix yağı karışım. (...) bağışıklık sistemini güçlendirmeye fayda sağlayacak olan bitkisel yağların karışımından oluşmuştur. (...) ürünlerimizin tamamı Tarım Bakanlığı'nca onaylıdır. (...) özellikle şu dönemde virüslerin, birçok bakterilerin uğraşıldığı zamanda günlük bir tanes 5 ml dir. (...) bağışıklık sisteminin güçlenmesine etkin rol oynar."* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/Ciwbl6LrzTJ/ bağlantı adresinde *"(...) kenevir tohumu yağı yüzyıllardan beri kullanılmaktadır. Bağışıklık sistemini güçlendirir, varislerde fayda sağlar, vücudun dengesini korur, kötü huylu hücrelerle mücadele eder (...)"* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/ChMnPk2FyC4/ bağlantı adresinde, *"ürogenital sistemi. Böbrek. Mesane. Prostat. Yumurtalıklar. İyi gelen bitkiler yiyecekler nelerdir."* başlıklı videoda *"yoğurt suyu (...) böbrekteki taşların yok edilmesinde, efendim kumun giderilmesinde, iltihabın sökülmesinde yoğurt suyu çok çok çok fayda sağlar. (...) kekikde keza aynı şekilde böbreğe büyük fayda sağlar. Temizlenmesi, kötü huylu hücrelerle bakterilerle mantarlara büyük fayda sağlar. (...)"* ve benzeri ifadelere,

https://www.instagram.com/p/ChHx36qlZJX/ bağlantı adresinde, "gırtlak kanserinde ne gibi tedavi süreci vardır" başlıklı videoda; *"(...) tedaviden önce başlanılmasında büyük fayda var. (...) bize zaten tedavinin hastalığın başında kimse gelmiyor ki hastalığın sonunda geliyor yani kişi ameliyatını olmuş kemoterapi almış radyoterapi almış işte bazı aksaklık var kilo vermiş trombosit değeri düşmüş hemoglobin değeri düşmüş (...) tam böyle bir çözümsüzlük anında geliyor biz oraya girmeye çalışıyoruz. (...) yapılması gereken çok basit eğer erken başvurursanız başarı oranı çok yüksek oluyor ama siz gırtlağınız alınmış bir yere metastaz yapmış ondan sonra geliyorsunuz. Ben gırtlak kanseriyim. Kardeşim sen gırtlak kanseri değilsin artık senin metastaz yapmış (...) biz seninle bu programına başlarken gırtlak kanseri diye girmiyoruz ki sana sen kemik metastazısın diye çünkü artık orda duruyor ordan da nereye sıçatyacağı artık delalet yok. (...)"* ve benzeri ifadelerle benzeri videolara yer verildiği,

Bahsi geçen sosyal medya hesabında https://sonevre.com/tr adresine yönlendirme yapıldığı, https://sonevre.com/tr adresli internet sitesinde *"Kekik çayı yağı faydaları neye iyi gelir nasıl kullanılır" "Behçet hastalığı bitkisel tedavi iyileşme hasta yorumları"* gibi başlıklar altında, fitoterapiye yönelik bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda 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 “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, sağlık meslek mensuplarının mesleklerini sunabilmeleri için gerekli usul ve esasları düzenleyen 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının İcrasına Dair Kanun'un 1 inci maddesinde; *“Türkiye Cumhuriyeti dâhilinde tababet icra ve herhangi surette olursa olsun hasta tedavi edebilmek için tıp fakültesinden diploma sahibi olmak şarttır.”* hükmüne yer verilerek; yalnızca tıp fakültesi diplomasına sahip olanların hasta tedavi etmeye yetkili olduğu düzenlendiği,

Doktor olmayan şahsın, tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen sorunların tedavisinin yapıldığı, tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Tüm bunlarla birlikte, bahsi geçen sosyal medya hesabında https://sonevre.com/tr adresine yönlendirme yapıldığı, https://sonevre.com/tr adresli internet sitesinde *"Kekik çayı yağı faydaları neye iyi gelir nasıl kullanılır" "Behçet hastalığı bitkisel tedavi iyileşme hasta yorumları"* gibi başlıklar altında, fitoterapiye yönelik bilgilere yer verildiği; ancak, fitoterapi uygulamasının ve fitoterapi ile ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifiya sahip tabip ve diş tabiplerince yapılabileceği,

Bu bağlamda; sağlık meslek mensupları tarafından dahi talep artırıcı ve tedavi yöntemlerini övücü tanıtım yapılamaz iken, inceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında yetkili olmayan şahsın, çeşitli rahatsızlıkların tedavisine ilişkin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

- 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, 8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Recep AÇIKGÖZ (DAĞISTANLI)** 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.

**97)**

**Dosya No: 2022/3510**

**Şikayet Edilen: Pizza Restaurantları Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dominos.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Ye Kazan" kampanyasına ilişkin uygulamalar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.dominos.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Ye Kazan" isimli kampanyanın katılım koşullarında *"Hediye Pizza’nı, Domino’s Online Kanallarından Adrese Teslim ya da Beklemeden Gel-Al siparişlerinde, tüm Domino’s şubelerinde kullanabilirsin."* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.dominos.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Ye Kazan" isimli kampanyanın katılım koşullarında *"Hediye Pizza’nı, Domino’s Online Kanallarından Adrese Teslim ya da Beklemeden Gel-Al siparişlerinde, tüm Domino’s şubelerinde kullanabilirsin."* ifadesine yer verildiği ancak 06.08.2022 tarihinde \*\*\*\*\*\* takip kodu ile "Dominos Bodrum Marina" da bulunan şubeden sipariş veren tüketicinin bahsi geçen şubedeki yoğunluk gerekçe gösterilerek siparişinin iptal edildiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 29, 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 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**98)**

**Dosya No: 2022/3946**

**Şikayet Edilen: Pizza Restaurantları Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dominos.com.tr adresli internet sitesinde ve www.instagram.com adresli internet sitesinde “dominostr” hesap adıyla yapılan “Orta Boy Pizza 55 TL’den başlayan fiyatlarla” kampanyasına yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, başvuru ekinde yer alan reklam örneğinden “2 adet Orta Boy Sosyal Pizza İnce Hamur” ürünlerinin sepet toplamının 124 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Orta Boy Pizza 55 TL’den başlayan fiyatlarla” kampanyası sayfasında *"Kampanya fiyatı orta boy Cazip Pizzalar için geçerlidir. Özel Pizzalar için 7 TL, Bol Malzemos Pizzalar İçin 14 TL, Trend Pizzalar için 21 TL, Gurme Pizzalar için 28 TL fiyat farkı alınmaktadır."* açıklamasının yer aldığı, tüketicinin Orta Boy Sosyal Pizza İnce Hamur ürününden sepete eklediği, Sosyal Pizza ürününün Özel Pizzalar kategorisinde yer aldığı ve sepette oluşan fiyat farkının seçilen pizzanın kategorisinden kaynaklandığı, ilgili olay özelinde kampanyanın uygulanmasında yanıltıcı bir durum olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**99)**

**Dosya No: 2022/4271**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif TV kanallarında, radyolarda, www.youtube.com adresli internet sitesinde “Migros Türkiye” kanal adıyla yayınlanan firmaya ait "Karşı Karşıya Karşılaştır!" başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, muhtelif TV kanallarında, radyolarda, www.youtube.com adresli internet sitesinde Migros Türkiye kanal adıyla yayınlanan "Karşı Karşıya Karşılaştır!" başlıklı tanıtımlarda *"Hep uygun fiyatlar için bir dahakine Migros Sanal Market veya Migros Hemen'e gir HEP UYGUN FİYATLAR Karşı Karşıya Karşılaştır!"* şeklinde ifadelere,

Söz konusu tanıtımlarda yer alan akar bantta ise *“01-08.09.2022 tarihleri arasında SenkrorıData’nırı online satış mağazalarının stokta bulunan ürünleri için topladığı verilere dayanmaktadır. Aynı tarihlerdeki teklifle sağlanan indirim sonrası fiyatlar karşılaştırılmıştır. (...)”* şeklinde ifadelere,

Ayrıca anılan tanıtımlarda, Migros markalı ürünlere ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, muhtelif TV kanallarında, radyolarda, www.youtube.com adresli internet sitesinde Migros Türkiye kanal adıyla yayınlanan "Karşı Karşıya Karşılaştır!" başlıklı tanıtımlarda yer verilen *"Hep uygun fiyatlar için bir dahakine Migros Sanal Market veya Migros Hemen'e gir HEP UYGUN FİYATLAR Karşı Karşıya Karşılaştır!"* şeklindeki ifadelerin geniş zaman aralığına yönelik olduğu ve 01-08.09.2022 tarihleri arasında 7 günlük bir durumu gösteren araştırma yapılmasına karşın Migros Sanal Market ve Migros Hemen uygulamalarında diğer elektronik ticaret platformlarından her zaman daha düşük fiyatlarla ürün satışının yapıldığı izleniminin oluşturulmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Öte yandan, "SenkronData" firması tarafından yapılan araştırmanın Migros markalı ürünlerin dışındaki markalarla yapıldığı ancak anılan tanıtımlarda Migros markalı (Antep Fıstığı, Gazoz, Sarı Leblebi, Limonata, Uzman Kasap Dana Kıyma vb.) ürünlere ait görsellere yer verildiği, dolayısıyla yapılan araştırma ile tanıtımlarda yer alan görsellerin uyumlu olmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**100)**

**Dosya No: 2022/4361**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "A101 Kapıda" uygulamasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, "A101 Kapıda" uygulamasından \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* sipariş numarası ile sipariş oluşturan tüketicinin siparişinin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait "A101 Kapıda" uygulamasından \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* sipariş numarası ile sipariş oluşturan tüketicinin siparişinde yer alan ürünlerin stokta olmadığı gerekçesiyle siparişinin iptal edildiği ancak stokta olmadığı gerekçesiyle iptal edilen ürünlerin uygulamada tanıtım ve satışına devam edildiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 29/1,29/2-a, 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 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 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2022/4466**

**Şikayet Edilen: Ebebek Mağazacılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait https://www.e-bebek.com/ adresli internet sitesinde yer alan "Hipp 3 Organik Devam Sütü" ürünü tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 14.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, https://www.e-bebek.com/ adresli internet sitesinde yer alan "Hipp 3 Organik Devam Sütü 600 gr" ürünü tanıtımlarının 14.11.2022 tarihli görünümünde, *"HiPP 3 ORGANİK devam sütü, HiPP 2 veya herhangi bir devam formülünü takiben 10.ayın sonundan itibaren kullanılabilir. (...) HiPP 3 ORGANİK 10. aydan itibaren bebeğinizin sağlıklı gelişimini desteklemek üzere formüle edilmiştir."* şeklinde ifadelerle ürünün 10 aylık bebeklerde kullanılabileceğinin belirtildiği ancak ürünün kutusunun üzerinde *"1 yaşından itibaren"* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, https://www.e-bebek.com/ adresli internet sitesinde yer alan "Hipp 3 Organik Devam Sütü 600 gr" ürünü tanıtımlarının 14.11.2022 tarihli görünümünde, *"HiPP 3 ORGANİK devam sütü, HiPP 2 veya herhangi bir devam formülünü takiben 10.ayın sonundan itibaren kullanılabilir. (...) HiPP 3 ORGANİK 10. aydan itibaren bebeğinizin sağlıklı gelişimini desteklemek üzere formüle edilmiştir."* şeklinde ifadelerle ürünün 10 aylık bebeklerde kullanılabileceğinin belirtildiği ancak ürünün kutusunun üzerinde "1 yaşından itibaren" ifadesinin yer aldığı bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**102)**

**Dosya No: 2022/4580**

**Şikayet Edilen: A Gross Market Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli internet sitesinde firmaya ait @agrosstarsus isimli hesap üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, ww.instagram.com adresli internet sitesinde firmaya ait @agrosstarsus isimli hesap üzerinden yapılan tanıtımların 18.10.2022 tarihli görünümünde, "Salı Sallanır" başlıklı kampanya kapsamında *"18 Ekim 2022 Salı tarihinde geçerlidir Ergenekon ve Demirkapı Şubelerinde geçerlidir Başka Şubemiz Yoktur Çaykur Tiryaki Çay 1 Kg 62,90 TL"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli internet sitesinde firmaya ait @agrosstarsus isimli hesap üzerinden yapılan tanıtımların 18.10.2022 tarihli görünümünde, "Salı Sallanır" başlıklı kampanya kapsamında "18 Ekim 2022 Salı tarihinde geçerlidir Ergenekon ve Demirkapı Şubelerinde geçerlidir Başka Şubemiz Yoktur Çaykur Tiryaki Çay 1 Kg 62,90 TL" şeklinde ifadelere yer verildiği ancak belirtilen tarihte ürünün 74,90 TL fiyatla satışının yapıldığı, 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 **A Gross Market Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2022/4211**

**Şikayet Edilen: Esl Bitkisel Kozmetik Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**

https://www.trendyol.com/esl-bitkisel/detox-form-cayi-zayiflamaya-kilo-vermeye-yardimci-bitkisel-cay-p-284614791 uzantılı URL adresinin 08.11.2022 tarihli görünümünde "Detoks Form Çayı" isimli ürünün; "*Zayıflamaya, kilo vermeye yardımcı*" şeklinde ifadelerle yapılan tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/esl-bitkisel/detox-form-cayi-zayiflamaya-kilo-vermeye-yardimci-bitkisel-cay-p-284614791 uzantılı URL adresinde *‘Zayıflamaya, kilo vermeye yardımcı’* 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- 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 **Esl Bitkisel Kozmetik Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2022/4734**

**Şikayet Edilen: Yasin OFLAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde ‘Arısan Şifalı Bitkiler’ mağaza adıyla yapılan ‘Yeşilxir Gülhatmi Çiçekli Çay, Ballı Zencefilli Karışık Bitkisel Macun ve türevleri’ isimli ürünlerin tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/magaza/arisan-sifali-bitkiler-m-231428?sst=0 uzantılı URL adresinin bulunduğu e-mağaza adresinde ‘*Bronşit, astım, öksürük. Faydaları: Bronşit, astım, üst solunum yolları enfeksiyonu, soğuk algınlığı, grip vb. rahatsızlıklar için kullanılır.*’ 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

**105)**

**Dosya No: 2022/4952**

**Şikayet Edilen: Neupharma İlaç Kozmetik ve Medikal San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.neupharma.com.tr adresli internet sitesinde gerçekleştirilen ‘Neujoys Argice’ isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 14.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://neupharma.com.tr/argice uzantılı URL adresinde ‘*Neujoys argice vücutta büyüme hormonunun salgılanmasını sağlayarak çocukların boy gelişimine destek olur. Güçlü antioksidan etkisiyle hücre yenilenmesine destek olur. İştahsızlık, zayıflık, yorgunluk gibi durumların da giderilmesine katkı sağlar*’ 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

**106)**

**Dosya No: 2022/5027**

**Şikayet Edilen: Mehmet KÜÇÜKKELEŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli e-ticaret sitesinde ‘4 Mevsim Doğal’ mağaza adıyla yapılan ‘Pekmezci Amca Çam Kozalağı Şurubu’ isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 18.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/kirinti-bitkisel-avokadolu-dogal-karisik-bitki-cayi-bobrek-tasi-dokme-ve-zayiflama-cayi-120-gr-p-HBV00001BPHCC uzantılı URL adresinde ‘*Çam kozalaklarında bulunan pinen solunum kaynaklı hastalıkların tedavisinde kullanılır. Öksürme, bronşit, boğaz ağrıları, nefes darlığı gibi sorunları tedavi etmeye yardımcı olur. KOAH, tıkanma, astım ve balgam çıkarma gibi hastalıklarda oldukça etkilidir. Odaklanma kabiliyetini artırır.*’ 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

**107)**

**Dosya No: 2022/5071**

**Şikayet Edilen: Mürsel BAYRAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde ‘Aktarhome’ mağaza adıyla yapılan ‘Asvita Herbal Tea Yapışkan Andız Otu, Meyan Kökü, Ayrık Otu, Peygamber Çiçeği, Aynısefa Çiçeği, Asvita Çörekotu Yağı, Ayrık Otu, Mersin Yaprağı, Üzerlik Tohumu ve türevleri’ isimli ürünlerin tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/asvita/karadeniz-den-balgam-sokturucu-yapiskan-andiz-otu-bitki-cayi-katkisiz-ve-dogal-30gr-p-96142133,

https://www.trendyol.com/asvita/meyan-koku-lif-mide-ve-solunum-yolu-hastaliklarina-karsi-koruma-p-106306260,

https://www.trendyol.com/asvita/ayrik-otu-bobrek-tasi-ve-enfeksiyonlara-karsi-koruyucu-icermez-40gr-p-96822831,

https://www.trendyol.com/asvita/peygamber-cicegi-nefes-darligi-ve-bronsite-karsi-koruyucu-icermez-p-96125815,

https://www.trendyol.com/pd/asvita/aynisefa-cicegi-yara-ve-yaniklar-icin-etki-katkisiz-ve-dogal-p-106273255,

https://www.trendyol.com/asvita/50-ml-ve-romatizmaya-karsi-corek-otu-yagi-p-93707923 ve

https://www.trendyol.com/asvita/ayrik-otu-tas-dusurucu-iltihap-giderici-etki-koruyucu-icermez-p-108915264 uzantılı URL adreslerinde ‘*Balgam söktürücü.* *Mide ve solunum yolu hastalıklarına karşı koruma. Depresyon, menopoz, cilt döküntüleri, karaciğer bozuklukları gibi pek çok hastalığın tedavisinde oldukça etkilidir. Böbrek taşı ve enfeksiyonlara karşı.* *Nefes darlığı ve bronşite karşı koruyucu. Peygamber çiçeği faydaları: İştah açar. İdrar söktürür. Böbreklerdeki kumun dökülmesine yardımcı olur. Bazı göz hastalıklarında kullanılır. Ağrıları keser.*’ 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- 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 **Mürsel BAYRAK** 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.

**108)**

**Dosya No: 2022/5090**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** 03.06.2022 tarihindeYörük TV logolu televizyon kanalında "Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 03.06.2022 saat 09:00:20'de Yörük TV logolu televizyon kanalında "Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele alışveriş reklamında;*‘*(*09:01:07) Sunucu: ... bugün her zamanki gibi sağlık köşemizde muhteşem kürlerimizden bahsedeceğiz. Özellikle ekranları başında olan kalp ve damar rahatsızlıkları çekenler, nefes darlığı olanlar, efendim bununla birlikte tansiyon, romatizma hastalığı olanlar, cilt hastalığı olanlar, saç dökülmesi, saç sorunları yaşayanlar, aynı zamanda akciğer hastalığı, karaciğer yağlanması olanlar, kilo sorunu olanlar bizleri can kulağıyla dinleyiniz efendim. Bugün İbrahim Saraçoğlu'nun yani o eli öpülesi adamın gerçekten bu ülkeye kattığı Limon, Maydanoz ve Sarımsak Kürü'nden bahsedeceğiz... Ekranları başında nefes darlığı olanlar, kalp damar rahatsızlığı olanlar, kalp damar rahatsızlığı ile birlikte damar tıkanıklığı, ... aynı zamanda tansiyon hastalarımız, ... akciğere detoks yapacağız, akciğer temizleyici Limon, Maydanoz, Sarımsak Kürü'müzden bahsedeceğiz, karaciğer yağlanması nasıl ortadan kalkar, ... bu kürle birlikte bunların hepsini konuşacağız... Cilt hastalıkları olanlar, sivilce sorunu, akne sorunu olanlar ve aynı zamanda, aynı zamanda saç, bakın saç çok önemli değil mi? Yani bir insanın en önemli aksesuarıdır, saç dökülmesi olanlar, ... bizleri can kulağıyla dinleyin...’*

Programda söz konusu ürünü kullandığını iddia eden stüdyodaki bir kişinin şu sözlerine yer verilmiştir:

*‘(09:05:13) Stüdyodaki kişi: 20 senedir tansiyon sorunu yaşıyorum. Kullandığım ilaçlar faydası olmuyor. Ve bir gün Saraç Hoca'nın bu anlatımından yola çıkarak bu ürünü aldım ve mükemmel, o kadar faydası oldu ki, baş dönmem bir kere geçti... Bu tansiyondan kurtuldum diyebilirim. Çok faydası var bu Sarımsak, Limon, Maydanoz'un... Sol ayağımda bir rahatsızlık vardı, o da gitti. Aynı zamanda bende ritim bozukluğu da vardı.*

*Sunucu: ... En büyük etkisi de bu... Sevgili izleyenler damar tıkanıklığını ortadan kaldırdığı gibi, kalp ritmini düzeltiyor. Kalbinde stent olanlar, bakın çok önemlidir, bundan vazgeçmemeniz gerekiyor, bunu sürekli kullanmanız gerekiyor çünkü sizde hala kalp krizi geçirme riski devam edecek...*

*(09:06:53) Dış ses: Hayatınızı mahveden hastalıklara son. Kalbiniz hasta ve siz yaşadığınız sorunlardan kurtulmak mı istiyorsunuz? Damar tıkanıklığından mı muzdaripsiniz? Kolesterol ve tansiyonunuz bir türlü normale dönmüyor mu? Sigara ve alkol ciğerlerinizi mi mahvetti? Tüm hastalıklara kapı açan fazla kilolarla başınız mı dertte? Cilt lekelerinden mi rahatsızsınız? Şimdi hepsi için tek bir çözüm var. Tüm bitki uzmanlarının bir numaralı tercihi Sarımsak, Limon ve Maydanoz Kürü.*

*(09:08:41) Programın bu bölümünde Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'nun başka bir programdan alınan konuşmalarını içeren bir VTR sanki programın bir parçasıymış gibi yayınlanmıştır. VTR'de Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu Sarımsak, Limon ve Maydanoz Kürü hakkında şu ifadeleri kullanmıştır: "Bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları, işte damar sertliği..."*

*(09:09:36) Karaciğer yağlanması, yüksek tansiyon, kalp krizi, damar sertliği, damarların içten yağlanmasına karşı bir mucize. Vücuttan toksin attırır, karaciğeri arındırır, böbrekler üzerinde çok olumlu etkisi var.*

*(09:12:31) Sunucu: ... bütün aile boyu kullanın, şifanızı bulun diyoruz efendim. Şifanızı bulun. Uyku problemi, saç problemi, sivilce problemi, kalp hastalığı, şeker hastalığı, tansiyon hastalığı, mantar hastalığı, egzama hastalığı, nefes darlığı, vücuttaki ağrılar, ödemler, kilo sorunu, aklınıza ne gelirse şifası bundadır diyoruz. Akciğer hastalığı olanlar, karaciğerinde yağlanma olanlar’* şeklinde sözlü ve yazılı beyanlarla tanıtım ve satışına ilişkin yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

Bununla birlikte, ekranın altında yer alan *"0216 214 12 46, 6 kutu 99 TL+kargo", "limon, maydanoz, sarımsak işte bu kür şifa dağıtıyor", "bu kür sağlığınızı geri getirebilir dikkatle izleyin", "kalp krizi riskini azaltır sizi korumaya alır", "yüksek tansiyon hastaları kesinlikle kullanın", "şeker hastalarının en etkili ilacıdır", "prostat hastalarının bulunmaz şifasıdır."* vb. ifadeleri ile ürünün fiyatına, sipariş hattı bilgisine ve ürünün tedavi edici özelliklerine yönelik iddialar içeren yazılara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda yer alan "Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü" adlı ürünün kalp damar rahatsızlığı, tansiyon, kalp damar rahatsızlığı, tansiyon, akciğer hastalıkları, nefes darlığı, romatizma, cilt hastalıkları, şeker hastalığı, mantar hastalığı gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiği belirtilmek suretiyle sağlık beyanı kullanılarak ürün tanıtımı ve satışı yapıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda söz konusu beyanların bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmek için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği ancak 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 Yönetmelik’in 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-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/1-ç, 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, 7/8-ç, 9/1, 9/5, 16/1, 16/2, 16/3 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **MRT Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **31.136,00-TL (Otuzbirbinyüzotuzaltı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2022/5091**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** 09.06.2022 tarihinde Al TV logolu televizyon kanalında "Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 09.06.2022 saat 11:30:30'da Al TV logolu televizyon kanalında "Limon Maydanoz ve Sarımsak Kürü" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele alışveriş reklamında;

*‘(11:31:11) Sunucu: "Bakın sevgili izleyenler! Bu kür öyle bir kür ki şu an ekranda kim varsa herkese çok açık söylüyorum: Bu Limon Maydanoz Sarımsak Kürü kalbin dostu akciğerin ilacı, karaciğerin ilacı, midenin ilacı, kansızlığın ilacı. Kalbinizde sorun mu var ya da yok! Ama yarın olabilir. Bugün on yaşındaki çocuk bile kalp krizi geçirebiliyor. Neden, bir: Hayatımız çok stresli sevgili izleyenler. Stresin olduğu yerde kalp yorulur. Artı kalbe giden, kalbi besleyen damar yolları tıkanmış olabilir; yağlanmış olabilir, sertleşmiş olabilir. İşte bu kür, bütün o sertleşmeleri, yağlanmaları, tıkanıklıkların hepsini bitiriyor. Yani kalbin saat gibi çalışacak... Hani bugün merdiven çıkamıyorsunuz ya. Hani bir merdiven çıktığınızda nefes nefese kalıyorsunuz ya. İşte o bitti! Akciğerinizi hiç sigara içmemişsiniz gibi düşünün. Hiç sigaraya başlamamışsınız gibi düşünün. Ya da yaşlanmamışsınız gibi düşünün. Akciğerinizi, ananızdan yeni doğmuşsunuz gibi tertemiz yapıyor. Karaciğer, kendini yenilemeyen tek organdır. Küçülme ve yağlanma olur. Karaciğer biter. Karaciğer nakli beklersiniz. Eğer nakil olmazsa -Allah korusun ölümle sonuçlanır. Ama bu kür öyle bir kür ki; karaciğerdeki yağlanmayı, küçülmeyi önlüyor. Artı "Kansızlığım var, çabuk hasta oluyorum, hemen üşüyorum." diyenler! Kansızlığa birebir. Hastalığa gelince, bir vücudun kalkanı vardır sevgili izleyenler: Bağışıklık sistemi. Eğer o güçsüzse çabuk hasta olursunuz. Ama bu, bağışıklık sisteminizi öyle bir güçlendiriyor ki çok açık söylüyorum grip dahi olamazsınız. Bununla birlikte "Vücudumda şişlik, ödem var." diyenler! Şişliği ve ödemi atıyor. "Midemde kabız sorunu yaşıyorum; ishal sorunu yaşıyorum, bağırsaklarım düzensiz çalışıyor." diyenler! Bağırsaklarınızın düzenli çalışmasını sağlıyor; kabızı, ishali bitiriyor. Yani sağlığın altın madeninden bahsediyoruz.*

*(11:37:48) Sunucu: Bakın yarın gidin pazardan şöyle bir sarımsak, limon, maydanoz 100 liraya alırsın sadece bunu yemeğe, salataya kullanmak için 100 lira... İşte biz de size diyoruz ki bugün oralara verdiğiniz o kadarcık o 100 lira var ya hemen cebinizden çıkan o 100 liraya bugün size sağlık veriyoruz. Sağlık ya! Artık eczaneye gitmene gerek yok. İlaçlara bağımlı kalmana gerek yok. Hastanelere gitmene gerek yok.*

*(11:42:11) Sunucu: Her sabah aç karnına 1 tane yutacaksınız. Bu kadar!... Bak görün ilk haftadan sonra nasıl enerji kazanacaksınız; nasıl sağlığınızı dinç hissedeceksiniz. Hani "Yorgun uyanıyorum, ya vücudum hep dinç değil, böyle hep yorgun, halsizim, mutsuzum." diyenler! Enerji kazanacaksınız ya!... Ama bu öyle bir kür ki, yani "sadece ölüme çare bulmuyor" desem yeri biliyor musunuz!*

*(11:49:43) Sunucu: Bakın sevgili izleyenler! Kalp hastası olanlar ya da kalbiyle ilgili sıkıntısı olanlar ya da yarın "acaba kalbimde bir sıkıntı olur mu" diyenler! Kalbin ilacı bu!... Ama bu, kalbe giden damarlardaki tıkanıklığı, yağlanmayı hepsini temizliyor. Sertleşmeyi önlüyor. Kalbin saat gibi çalışacak.*

*(11:53:50) Sunucu: Karaciğerine iyi geliyor, akciğerine iyi geliyor. Kalbin bir numaralı ilacı. Şekeri bitiriyor, kolesterolü bitiriyor, tansiyonu bitiriyor. Kabız, ishal varsa onu bitiriyor... Vücudunda ödem varsa, şişlik varsa onları atıyor.*

(12:01:32) *Programın bu bölümünde ise Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'nun başka bir programdan alınan konuşmalarını içeren bir VTR sanki programın bir parçasıymış gibi yayınlanmıştır. VTR'de Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu Limon Maydanoz Sarımsak Kürü hakkında şu ifadeleri kullanmıştır: "Bunu dediğim gibi yüksek tansiyon şikayeti olanlar, kalp damarları içten yağlananlar, karaciğer yağlanması olanlar, kalp damar rahatsızlıkları, işte damar sertliği... Cildiniz ışıl ışıl parlamaya başlayacak; karaciğerdeki birikmiş toksinleri atacaksınız, böbrekte birikmiş toksin varsa, ağır metal, biraz ağır metalleri de atar. Onu da yine maydanoza borçluyuz."* şeklinde sözlü ve yazılı beyanlarla tanıtım ve satışına ilişkin yayın yapıldığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, programın farklı bölümlerinde tanıtım ve satışı yapılan ürünün üretim yeri olduğu iddia edilen bir alanda yapılan çekimler, Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'ndan izin alındığı belirtilerek ekrana getirilmiştir. Prof. Dr. İbrahim Saraçoğlu'nun farklı programlarındaki görüntülerinin izleyicileri yanıltmak amacıyla kullanıldığı değerlendirilmektedir. Ayrıca ekranın altında yer alan *‘Sipariş Hattı: "0212 700 18 66", "309 TL yerine 6 Kavanoz 109 TL+kargo", "Limon Maydanoz Sarımsak 6 Kavanoz", "Kalp Krizi Riskini Önler", "Metabolizmayı Hızlandırır, Bağırsakları Temizler", "Böbrek Taşlarının Vücuttan Atılmasını Sağlar", "Kalp Damarlarındaki Tıkanıklığı Önler", "İdrar Yolları ve Diğer İltihaplanmalarda Etkili Çözüm", "Plak Oluşumlarını ve Kalbin Yağ Bağlamasının Önüne Geçer", "Kalp Damar Tıkanıklığını Açar ve Korur", "Sivilce ve Leke Oluşumunu Önler, Cilde Parlaklık Verir", "Tansiyon, Şeker ve Kolesterolü Ortadan Kaldırır"* ifadeleri ile ürünün fiyatına, sipariş hattı bilgisine ve ürünün tedavi edici özelliklerine yönelik iddialar içeren yazılara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamlarda "Limon Maydanoz Sarımsak Kürü" adlı ürünün bir ilaç gibi sunulduğu; kalp damar rahatsızlığı, tansiyon, karaciğer hastalıkları, mide rahatsızlıkları, akciğer hastalıkları, nefes darlığı, cilt hastalıkları ve şeker hastalığı gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiği belirtilmek suretiyle çok açık bir şekilde ürünün sağlık beyanıyla tanıtımı ve satışının yapıldığı görülmektedir. Bu doğrultuda söz konusu beyanların bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmek için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği ancak 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 Yönetmelik’in 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-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/1-ç, 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, 7/8-ç, 9/1, 9/5, 16/1, 16/2, 16/3 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **AL Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **31.136,00-TL (Otuzbirbinyüzotuzaltı Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No:** **2022/290**

**Şikayet Edilen: Tab Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Burger King" isimli restorandın Adapazarı-Kipa AVM içerisinde yer alan şubesinde 20.01.2022 tarihinde yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** “Burger King" isimli restorandın Adapazarı-Kipa AVM içerisinde yer alan şubesinde 20.01.2022 tarihinde yer verilen tanıtımlarda; "Big King Menü 37.99 TL" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Burger King" isimli restorandın Adapazarı-Kipa AVM içerisinde yer alan şubesinde 20.01.2022 tarihinde yer verilen tanıtımlarda; "Big King Menü 37.99 TL" ibaresine yer verilmesine rağmen tüketicilerden 2 adet menü alımında "75,98 TL" yerine "85,98 TL" ödeme alınarak tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tab Gıda Sanayi ve Ticaret 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** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No:** **2022/464**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Broval Kağıtçılık Matbaacılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.02.2022, 15.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://www.instagram.com/ecaktarsiparis0/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“3 gündür kullanıyorum macunu ne baş ağrısı ne burun tıkanıklığı ne ishal hiçbirini görmedim. Performans konusunda tekim inşallah şifa olur da tedavi amaçlı işe yarar. Etki konusunu çay kaşığıyla kullanırsanız uzun süreli etki etki verir. Macun tedavi etkisi. Prostat kaynaklı ve genel erken boşalma sorunu için tedavi edici olarak her sabah bir çay kaşığı yarısı kadar kullanılır. Prostat prostit rahatsızlıklarına kadar cinsel problemlerin hepsine kullanabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait https://www.instagram.com/ecaktarsiparis0/?hl=tr adresli internet sitesinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Broval Kağıtçılık Matbaacılık 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.

**112)**

**Dosya No:** **2022/1881**

**Şikayet Edilen:** **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Plus Music" logolu televizyon kanalında Kasım 2021 tarihinde yayınlanan “Şeyh-i Şifa” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi**: 17.11.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Plus Music” logolu televizyon kanalında yayınlanan firmaya ait “Şeyh-i Şifa” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Prostat sorunundan artık sıkılanlar, ne denediyse işe yaramayanlar, prostat yüzünden özel hayatı alt üst olanlar, prostat derdini bitirecek çözüm bulundu. Kesin sonuç veren, cinsellikle ilgili işte iktidarsızlığa kadar, efendim prostattan kaynaklanan sertleşme bozuklukları vesaire vesairelere çok yararlı bir şey. Beyefendilerde oluşan prostat hastalığına şifa niyetine ürettiğimiz bu mamul, sizde veya bir dostunuzda oluşan prostat rahatsızlığını Allah'ın izni, keremiyle bitirecektir. Sipariş Hattı 0212 700 18 13"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Plus Music” logolu televizyon kanalında yayınlanan firmaya ait “Şeyh-i Şifa” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**113)**

**Dosya No:** **2022/4620**

**Şikayet Edilen:** **Pmc Radyo ve Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Plus Music" logolu televizyon kanalında Kasım 2021 tarihinde yayınlanan “Şeyh-i Şifa” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.10.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firmaya ait“Plus Music”logolu televizyon kanalında yayınlanan “Şeyh-i Şifa” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ben Bakın prostatı hayatınızdan çıkartır, prostat kanserine dahi yakalanmış hastamız var burada birazdan onu alacağım... Prostat kanserini bitirir. Artı prostatı bitirir. Prostata yakalanma riskini ortadan kaldırır. Bunun yanı sıra bu ürünün en büyük özelliklerinden bir tanesi de prostatın yanı sıra bakın prostatın yanı sıra prostat hayatından çıkar, giremez de. Bunun yanında bağışıklık sistemini güçlendirir. Artı mide bağırsak problemlerini, her türlü hazımsızlık problemini baştan aşağı yok eder. Artı vücudu yeniler. Vücudun C vitaminini sağlar. Artı vücudun A vitaminini sağlar. Artı kabızlığı giderir, ishali giderir. Artı cildi yeniler, hücrelerini yeniler..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait “Plus Music” logolu televizyon kanalında yayınlanan “Şeyh-i Şifa” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**114)**

**Dosya No: 2022/1668**

**Şikayet Edilen: Opella Healthcare Tüketici Sağlığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Pharmaton" isimli takviye edici gıda ürünlerine yönelik https://www.instagram.com/pharmatontr/ adresli sosyal medya hesabında ve https://www.pharmaton.com.tr/ adresli internet sitesinde gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.pharmaton.com.tr/pharmaton-vitality-kapsul uzantılı url adresinde; *"Pharmaton® Vitality'nin içeriğinde bulunan Ginseng G115®, patentli ve standardize edilmiştir. Etkinliği 30’un üzerinde yapılan klinik çalışmalarla kanıtlanan Ginseng G115® yoğun ve stresli yaşam temposunda konsantrasyonu destekler. (…) Pharmaton Vitality içeriğindeki 11 vitamin, 6 mineral, etkinliği klinik olarak kanıtlanmış Ginseng G115® ile ihtiyaç duyulan günlük enerji oluşumunu destekler, zihinsel ve fiziksel performansın, konsantrasyonun korunmasına yardımcı olur. Her gün daha fazlasını başarmak isteyen ve gün boyu kendisinin en iyi versiyonunu arayan herkesin günlük kullanımına uygundur. (…) Ginseng, Panax ginseng (L.) olarak belirtilen bitkinin köklerinden elde edilen tıbbi açıdan değerli bir içeriktir. Tarih boyunca ginseng, içerisindeki maddeler sayesinde, fiziksel ve zihinsel performansı arttırmaya yardımcı olmak için kullanılmıştır. (…) Etkinliği 30’un üzerinde yapılan klinik çalışmalarla kanıtlanan Ginseng G115® ile yoğun ve stresli yaşam temposunda konsantrasyonu destekler."* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CdVct1rgZYc/ uzantılı url adresinde; *"Gün içinde 'Daha Fazla Sen' olmaya hazır mısın? Pharmaton Essential Men, içeriğinde bulunan C, B vitaminleri ve Magnezyum ile yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulunur."* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CftH47tqXf4/ uzantılı url adresinde*; "(Alarm sesiyle yataktan kalkan oyuncu, aynanın üzerine yapıştırdığı notları okuyarak toplamakta ve akabinde elinde notlarla oturup oflayarak düşünürken karşısındaki aynada kendisinin giyinmiş ve hazırlanmış halinin hayalini görmekte ve diyalog başlamakta) +Zezem çok durgun gördüm seni, neyin var? -Baksana şu işlere, nasıl yetiştireceğim her şeyi nasıl nasıl? +Ah be Zezem her şeyin bir çaresi vardır, senin çaren de bende. -Acaba nedir nedir? +Bak! Spora giderken de toplantıya yetişirken de yanında kolayca taşıyabileceğin yepyeni bir formül. Üstelik çok kolay yutuluyor. Al... -Gerçekten mi, ver bakayım... (Oyuncu bir tablet Pharmaton'u suyla yutmakta ve bir anda giyinip hazırlanmış bir çehreye bürünmektedir)"* şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CfeWKf9qLwJ/ uzantılı url adresinde; bir başka oyuncunun yukarıda bahsi geçen reklam videosuna benzer içerikte; alarmla uyanıp aynanın üzerindeki yapışkan notları toplayan, yorgun ve bitkin görünen oyuncunun Pharmaton tablet aldıktan sonra fiziksel ve ruhsal görünüşünde değişiklik meydana geldiği şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CfoHTddqRgh/ uzantılı url adresinde yer alan reklam videosunda; bir salonda spor yapan oyuncunun yorulup uyuyakaldığı, uyanıp arabaya binip eve gittiği, bu esnada ekranda cep telefonlarının pil şarj durumunu gösteren temsili bir grafiğe yer verilerek düşük pil uyarısı minvalinde bir görüntünün kullanıldığı, devamında oyuncunun evde bir bardak su ile Pharmaton tablet aldıktan sonra pil şarj durumunun yükselip dolduğu, oyuncunun üstünü değiştirmiş mutlu, hareketli ve yüzü güler şekilde tekrar evden çıkıp gittiği bir kurguya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre, ginseng adlı besin öğesi için Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin Ek-2'sinde yer alan "Sağlık Beyanları Listesi" nde izin verilen yahut uygun bulunan herhangi bir sağlık beyanı ifadesinin bulunmadığı, hal böyle iken yukarıda bahsi geçen tanıtımlarda Ginseng "G115"in bireylerin ruhsal ve fiziksel performanslarında, odaklanma ve konsantrasyonlarında müspet etkiler ortaya çıkaracak niteliklere sahip olduğu yönünde iddialara yer verildiği,

Diğer taraftan, yukarıda deşifresine yer verilen muhtelif reklam videolarında "Pharmaton" kullanan bireylerin enerji seviyelerinde, zindelik ve duygu durumlarında, gerek moral ve motivasyon gerekse de fiziksel kapasitelerinde olumlu yönde değişimlerin açıkça gözlemlendiği, söz konusu reklamlarda yer verilen ima ve iddiaların bilimsel olarak ispata muhtaç nitelik arz ettiği, incelemeye konu reklamlarda bir bütün olarak tüketicilerin "Pharmaton" adlı ürünü kullanmaları neticesinde enerji ve kapasitelerinde istisnasız bir yükseliş olacağı yönünde bir algı oluşturulduğu ve bu hususun ürünün gereksiz/aşırı kullanımına yol açabilecek ve tüketicileri yanıltıcı olabilecek mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 5/2, 7/1, 7/3, 7/4 üncü maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**115)**

**Dosya No: 2022/4706**

**Şikayet Edilen: Doğal Hayvansal Temel Gıda Et ve Süt Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen şirket tarafından işletilmekte olan kasap dükkanının işletme adı ve tabelasında "Et ve Balık Kurumu" adı ve logosunun yer alması hususu

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Kasap dükkanı olarak faaliyette bulunan "Et Balık Bulgurlu" adlı işletmenin tabelasında; Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı, eski adı "Et ve Balık Kurumu", yeni adı "Et ve Süt Kurumu" olan kamu iktisadi teşebbüsünü andıracak biçimde ve renkte "Et Balık Bulgurlu" şeklinde bir işletme adına yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu reklam tabelasında eski Et ve Balık Kurumu logosuna büyük ölçüde benzeyen "E.B.B" ifadesini, büyükbaş hayvan kellesi silüetini ve "Et Balık Bulgurlu" ifadesini içeren bir logoya yer verildiği, bununla beraber işletmeye ait ürün poşetinin üzerinde de bu hususu pekiştirecek nitelikte "Yarım asırlık tecrübe" şeklinde bir ibarenin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kamu kuruluşu olması ve uzun bir geçmişe sahip olması sebebiyle tüketiciler nezdinde güven duygusuna sahip olan ve aynı sektörde faaliyet yürüten koruma altındaki bir markanın adını bahse konu işletmenin tabelasında taklit etmenin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği, buna ilaveten mezkur kamu iktisadi teşebbüsü ile piyasada faaliyet gösteren diğer kasap işletmeleri açısından haksız rekabete neden olduğu, diğer taraftan ilgili işletme tabelasında "Et Balık Bulgurlu" ibaresine yer verilmesinin, itibardan haksız yararlanılmak suretiyle tüketicilerin ekonomik davranış biçimini ve bilinçli karar verme yeteneğini etkilediği 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, 11/1, 12/2, 28/1, 29/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğal Hayvansal Temel Gıda Et ve Süt Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **15.566-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2022/4789**

**Şikayet Edilen: Haver Pharma İlaç San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Haver Organik Propolis Damla” adlı ürünün ambalajında ve https://www.haverpharma.com.tr/product/haver-organik-propolis-damla/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 31.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** "Haver Organik Propolis Damla" markalı sıvı takviye edici gıdanın ambalajında ve markaya ait internet sitesindeki reklam görsellerinde "Alkol ve Glikol İçermez" şeklinde ifadelere yer verildiği; diğer taraftan inceleme konusu ürün ambalajının üzerinde Amerikan Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) logosunun kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Tarım ve Orman Bakanlığınca hazırlanan Takviye Edici Gıdaların Onay İşlemleri Uygulama Talimatı'nın 25 inci maddesinde yer alan "Propolis içeren takviye edici gıdalarda çözücü olarak su, etil alkol, bitkisel yağ, propilen glikol, gliserol (gliserin) gibi mevzuat kapsamında yer alan diğer çözücüler kullanılabilir. Ham propolisten saf propolis (saf propolis: ham propolisten uygun çözücü ile yapılan ekstraksiyon sonucu bal mumunun ayrılması ile elde edilen reçine) elde edilmesinde kullanılan ekstraksiyon çözücüsünün ürün etiketinde belirtilmesi zorunludur (Örneğin; ham propolis etil alkolde ekstrakte edildikten sonra, saf propolis için son çözücü olarak su kullanılmışsa; ürün adına “su bazlı ya da suda çözünmüş propolis” denilebilir ancak etikette mutlaka “Etil alkolde ekstrakte edilmiştir.” ifadesi yer almalıdır.). Ham propolisten saf propolisin elde edilme aşamalarının onay başvuru dilekçesinde detaylı olarak verilmesi gereklidir. Ürün etiketinde ve spesifikasyon belgesinde etken madde miktarı ham propolis üzerinden verilmez. Saf propolis miktarının ağırlık ve yüzde cinsinden beyan edilmesi gerekir." hükmü uyarınca etil alkolde ekstrakte edilmesine karşın bahse konu tanıtımlarda "Alkol ve glikol içermez" ifadesinin kullanılmasının mezkur düzenlemeye aykırılık teşkil ettiği, diğer taraftan; Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuzun 22 nci maddesinde yer alan "Bu kılavuzda belirlenen hükümler dışında gıda bileşenlerinin yokluğuna dair beyanlar ("… içermez") kullanılamaz." hükmü kapsamında "Alkol ve glikol içermez" ifadesinin kullanımının uygun olmadığı;

Bununla beraber, yine anılan tanıtımlarda "FDA" ibareli bir logoya yer verildiği, bahse konu ifadenin "Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi'ne Kayıtlı" anlamına geldiği; atıfta bulunulan Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi ile yapılan yazışmalar ve yürütülen incelemeler neticesinde mezkur kurumun böyle bir ifadenin ya da logonun herhangi bir şahıs yahut şirket tarafından kullanılmasına cevaz vermediğinin anlaşıldığı, diğer taraftan ürünün ilgili kurum tarafından onaylandığı tarih ve tescil numarasına ilişkin Reklam Kurulu’na sunulan belgenin mezkur kurum tarafından değil, ABD'de faaliyette bulunan bir sertifikasyon şirketi tarafından verildiğinin anlaşıldığı ve dolayısıyla bu hususta herhangi bir destekleyici belge sunulamadığı, hal böyle iken bahse konu ifadenin tüketicileri yanıltıcı nitelik teşkil ettiği 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 5/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 **Haver Pharma İlaç San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**117)**

**Dosya No: 2022/5063**

**Şikayet Edilen: MSN Farma İthalat ve İhracat Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/vocalzonetr/ adresli sosyal medya hesabında “Vocalzone” markalı gıda takviyesi ürününe yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/p/ChkMbv-DGrE/ uzantılı url adresinde "Vocalzone Kids" adlı ürünün; "Vocalzone Kids Öksürük Şurubumuz çok yakında eczane raflarında yerini alacak..." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/ClyfJRpKJpM/ uzantılı url adresinde "Vocalzone Kids Spray" adlı ürünün; "Hangi Vocalzone sana göre? #vocalzone #vocalzonefamily #öksürükgiderici #boğazağrısı #vocalzonehq #farenjit. Size Uygun Vocalzone’u Keşfedin… Farenjit Tedavisine Destek Olur. Boğaz Ağrısını Yatıştırır. Öksürüğü Kademeli Olarak Azaltır. Bağışıklığın Güçlendirilmesine Yardımcı Olur." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/ClqyJvaKB8p/ uzantılı url adresinde "Vocalzone Kids" adlı ürünün; "Çocuklar İçin Destekçiniz Vocalzone Kids (Çocuk) Öksürük Şurubu. Yeni nesil öksürük şurubu. Neden Yeni Nesil? Hem kuru hem de yaş öksürüğü gidererek bağışıklık sistemini güçlendirir." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/ClGuwXhKVxE/ uzantılı url adresinde "Vocalzone Kids" adlı ürünün; "Öksürüğü gidererek aynı zamanda bağışıklığı güçlendiren dünyadaki tek öksürük şurubuyuz. #yeninesilöksürükşurubu #vocalzone #vocalzonekids #öksürükgiderici #öksürükkesici #öksürük #bağışıklıkgüçlendirici. Öksürüğü Gidererek Aynı Zamanda Bağışıklığı Güçlendiren Dünyadaki Tek Öksürük Şurubu." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/Ckimw75j-NA/ uzantılı url adresinde "Vocalzone Kids Spray" adlı ürünün; "Vocalzone Kids Spray, farenjit tedavisine destek amacıyla geliştirilen formulasyonu sayesinde boğazda gelişen iltihabın giderilmesine ve boğaz ağrısının yatıştırılmasına destek olur. Farenjite bağlı gelişen semptomların hızlı ve etkin bir şekilde dindirilmesine fayda sağlar. Vocalzone Kids Spray kavun ve çilek aroması sayesinde çocuklar tarafından çok beğenilecektir. Vocalzone Kids Spray’ in bilinen herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır. (...)Mür Boğazdaki iltihabın giderilmesine destek olur. (Anti-inflamatuar) (...)Meyan Kökü Boğaz ağrısının yatışmasına destek olur. (...)Nane Yağı virüslere karşı savaşmaya destek olur." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CkYV\_WlqhNC/ uzantılı url adresinde "Vocalzone" adlı ürünün; "Farenjit ve boğaz ağrısı endikasyonları gelişen hastaların Vocalzone Spray kullanımı sonrasında, içerik hızlıca etki gösterip boğazda rahatlama sağlamaya yardımcı olur. Unutulmamalıdır ki Vocalzone Spray sadece boğaz bölgesine, inflamasyonun üzerine uygulanmalıdır. Dile ya da yanak bölgesine uygulanan Vocalzone Spray’in tedaviye olumlu, olumsuz hiçbir etkisi olmayacaktır." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CjiQsZvKDyG/ uzantılı url adresinde "Vocalzone" adlı ürünün; "Vocalzone Adult (Yetişkin) Boğaz Spreyi boğaz ağrısı ve farenjit tedavisine destek olur." şeklinde,

https://www.instagram.com/p/CjQVBA1qzgH/ uzantılı url adresinde "Vocalzone Kids" adlı ürünün; "Vocalzone Kids (Çocuk) Öksürük Şurubumuzu yakından tanıyalım. Ebegümeci Mukoza koruyucu. Çinko Büyüme, gelişme ve vücut direncinin artırılması. Çiçek Balı Mukozayı nemlendirici (Yumuşatıcı) Yatıştırıcı. Bozotu Öksürük giderici (Kuru ve balgamlı öksürük). Sambucus Nigra Öksürük, soğuk algınlığı ve bağışıklığın güçlendirilmesi. Kekik Mikroorganizmaların yok edilmesi." şeklinde ifadelerle tanıtımının gerçekleştirildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayet konusu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, buna ilaveten hasta görünümlü kişilere ait görseller ile "tedavi" ifadesi ve hastalık isimlerinin kullanıldığı, 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/2, 9/1, 13/1 inci 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 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MSN Farma İthalat ve İhracat 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.

**118)**

**Dosya No: 2022/5012**

**Şikayet Edilen:** **TAB Gıda San. ve Tic. Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam** ''Burger King'den 2 Kişilik Menüler'' başlıklı reklamlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Diğer

**Tespitler:** Söz konusu reklam ve tanıtımlarda *''2 adet Whopper Jr. Menü Kişi Başı 47,00-TL''* ibaresine, reklam görselinde ise 2 adet hamburger, 2 adet kola ve 2 adet patates kızartması görüntüsüne yer verildiği ve görselin sol alt kısmında ‘*’Toplam Menü Fiyatı 94 -TL*’’ ifadesine yer verilerek reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, reklam görselinde ikişer adet hamburger, içecek ve patates kızartması görüntüsüne yer verilmesi nedeniyle ortalama tüketici nezdinde bir adet menü içeriğinde anılan ürünlerden ikişer adet bulunduğu izlenimi yaratıldığı ancak tüketicilere menü başına bu ürünlerden birer adet sunulduğu, diğer taraftan inceleme konusu reklamlarda “menü” tanıtımı yapılmasına karşın reklam görselinde kişi başı fiyatın ön plana çıkarılarak kişi başı fiyatın menünün fiyatı olduğu algısı oluşturulduğu ve anılan reklamlarda menünün toplam fiyatının kişi başına fiyata göre daha küçük puntolarla yazılmasının ve açıkça görülecek biçimde yer verilmemesinin mevzuatta yer alan "*Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır."* hükmüne aykırı olduğu ve tüketicilerin ürün fiyatına yönelik algısının manipüle edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**119)**

**Dosya No: 2022/5017**

**Şikayet Edilen: Fatma ARAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/ URL adresli internet sitesinde ''Çamlıköy'' adlı mağaza aracılığıyla satışa sunulan ''Kozalak Şurubu'' isimli ürüne yönelik olarak gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/ URL adresli internet sitesinin 06.10.2022 tarihli görünümünde ''Kozalak Şurubu'' adlı ürünün, ''*Astım, KOAH, bronşit, nefes darlığı. Bağışıklık sistemini güçlendirir, vücudu hastalıklara karşı korur. Kozalak şurubu mikroplara karşı vücudun dinç kalmasını sağlar. Metabolizmayı düzene sokar, uyku sorunlarının üstesinden gelir. Kozalak şurubunun sakinleştirici etkisi vardır, stresli anlarda tüketilebilir. Solunum rahatsızlıklarının en doğal ilacıdır. Akciğerlerinizi temizler ve daha rahat nefes almanıza yardımcı olur. Akciğer detoks etkili nefes açıcı kozalak şurubu. Sigara kullanımına bağlı akciğer rahatsızlıklarında, öksürük, bronşit, nefes darlığı tedavisinde, solunum yollarının temizlenmesinde, enfeksiyon ve hastalıklara karşı direnç artışında. Öksürme, balgam, bronşit gibi hastalıkların tedavisinde kesin şifa...*" 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2 nci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fatma ARAZ** 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.

**120)**

**Dosya No: 2022/5018**

**Şikayet Edilen: Hakan ERDOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/ URL adresli internet sitesinde ''İZMİR ATA DOĞAL'' adlı mağaza aracılığıyla satışa sunulan ''İzmir Ata Doğal Çam Kozalak Şurubu'' isimli ürüne yönelik olarak gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 06.10.2022 tarihli görünümünde bahsi geçen ürünün, *''Öksürme, balgam, bronşit gibi hastalıkların tedavisinde kesin şifa olduğu belirtiliyor. Çam kozalağı içinde bulunan pinen maddesi özellikle sigara kullanımına bağlı katran ve toksin oluşumlarını çözerek akciğerlerin temizlenmesine yardımcı oluyor. Tüm kış boyunca gribi engelliyor.*'' ve *''Bağışıklığı arttırıcı etkiye sahip.*" 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1, 8/2, 9/1, 9/2 nci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hakan ERDOĞAN** 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.

**121)**

**Dosya No: 2022/5073**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ‘‘Tam Bana Göre’’ adlı kampanyaya yönelik olarak gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, ‘‘*Sana özel* *Money ödülü için Tam Bana Göre Kampanyasına sen de katıl, belirlenmiş tutara ulaş, bol bol Money kazan’’* ifadelerinin yer aldığı 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.

**122)**

**Dosya No: 2022/5242**

**Şikayet Edilen:** **Pınar Entegre Et ve Un Sanayii Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ''Pınar Online: Dahası Var Onda!'' isimli uygulama üzerinden yayımlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, kampanyanın geçerli olduğu lokasyonlara yönelik herhangi bir istisnanın belirtilmediğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda kampanyanın geçerli olduğu lokasyonlara yönelik herhangi bir istisnanın belirtilmemesinin ve tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki söz konusu bilginin sunulmamış olmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve aynı zamanda 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, 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 **Pınar Entegre Et ve Un Sanayii Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**123)**

**Dosya No: 2023/43**

**Şikayet Edilen: Anadolu Restoran İşletmeleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ''Efsane İkili Menü'' başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, ''Efsane İkili Menü'' adlı kampanya detayında *''Kişi Başı 62,50-TL''* ibaresine yer verildiği; bunun haricinde mevzuat gereği bulunması gereken, satışa sunulan bir ürün için tüketicilerin her şey dahil ödemesi gereken toplam fiyat bilgisine bahse konu tanıtım ve tekliflerde rastlanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Kişi Başı 62,50-TL” başlıklı/temalı reklamlarda “menü” tanıtımı yapılmasına karşın reklam görselinde kişi başı fiyatın ön plana çıkarılarak kişi başı fiyatın menünün fiyatı olduğu algısı oluşturulmasının yanı sıra anılan reklamlarda menünün toplam fiyatının kişi başına fiyata göre daha küçük puntolarla yazılmasının ve açıkça görülecek biçimde yer verilmemesinin mevzuatta yer alan "*Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır."* hükmüne aykırı olduğu ve tüketicilerin ürün fiyatına yönelik algısının manipüle etmekle beraber söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve aynı zamanda dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TEKNOLOJİ**

**124)**

**Dosya No: 2022/3792**

**Şikayet Edilen: Arçelik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Parlak Pikselsiz Ekran Garantisi" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam örneğiincelendiğinde*, "Parlak Pikselsiz Ürün Garantisi, Türkiye'de Sadece Arçelik’te"* başlığı altında *“Televizyon panellerinde görülebilen parlak beyaz pikseller keyfinizi bozmasın! Parlak piksel hatası ile karşılaşılması durumunda televizyonunuzu anında yenisi ile değiştiriyoruz. \*%100 parlak pikseller için geçerlidir.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın tüketicilere parlak pikselsiz ürün garantisi çerçevesinde ürün değişimi sağladığı 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.

**125)**

**Dosya No: 2022/5191**

**Şikayet Edilen: Yusuf İslam BAYAZIT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma ile "Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi" arasında ticari bir ilişki bulunduğuna yönelik yapılan tanıtımlar ve ticari uygulamalar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam örneğiincelendiğinde, firmaya ait olan www.appleturkiye.com adlı internet sitesi görsellerinde Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi logosunun ve isminin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma ile Apple Teknoloji ve Satış Limited Şirketi arasında herhangi bir ticari ilişki bulunmamasına rağmen yapılan tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile firmanın anılan firmanın şubesi olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu, firmaya ait olan www.appleturkiye.com adlı internet sitesi görsellerinde ve arama motoru reklamlarında adı geçen firmanın ismini ve logosunu kullanarak hizmet verildiği, ancak firmanın söz konusu firma ile herhangi bir bağlantısının, distribütörlük, yetkili servis veya bayilik anlaşmasının bulunmadığı, firma unvanının haksız yere kullanıldığı ve tüketicilerin aldatıldığı, 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-b, 7/5-c, 7/5-f, 9/1, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, 12/1, 12/2, 29/1, 29/2-d, 29/2-e ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**126)**

**Dosya No: 2022/4373**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Yenilikçi Teknolojilerle Tanışmanın Tam Zamanı" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Eylül2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam örneği incelendiğinde, *“Yenilikçi teknolojilerle tanışmanın tam zamanı. Şimdi seçili buzdolabı veya çamaşır makinesi alımlarında mikrodalga fırın hediye. Kampanya Tarihleri: 2022-09-01 - 2022-09-30”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın tüketicilere *"Yenilikçi Teknolojilerle Tanışmanın Tam Zamanı"* kampanyası kapsamında mikrodalga ürün hediyesi gönderildiği 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.

**127)**

**Dosya No: 2022/4467**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Pazarlama ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Samsung Alışveriş Festivali" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Mayıs-Haziran2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam örneği incelendiğinde, *Samsung Alışveriş Festivali Fırsatı 23 Mayıs - 6 Haziran tarihleri arasında seçili Samsung ürünlerinde geçerli "Para Yüklü Kart fırsatını kaçırmayın! Kampanya Tarihleri: 2022-05-23 - 2022-06-06”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın tüketicilere "Samsung Alışveriş Festivali" kampanyası kapsamında “Digital Para Yüklü” kartların gönderildiği anlaşılmış ve bu nedenle reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**128)**

**Dosya No: 2022/4780**

**Şikayet Edilen: Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Karaca Madrid Çelik Çeyiz Seti" adlı ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam örneği incelendiğinde, söz konusu ürüne ilişkin açıklamalarda tüm ocak tiplerine uygun olduğu şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayete konu reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**129)**

**Dosya No: 2022/5157**

**Şikayet Edilen: Duygu TUNÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın "Hyundai" firmasının distribütörü ya da şubesi görünümünde hizmet vermesine yönelik reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam örneği incelendiğinde, firmanın Hyundai ismini tüm ürünlerinde ve internet görsellerinde kullandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın Hyundai Corporatıon Holdıngs Co. Ltd.’nin Türkiye distribütörü olduğunu ispat ettiği, bu nedenle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği 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.

**130)**

**Dosya No: 2022/4857**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “4 Ağustos 2022 tarihinden itibaren geçerli aldın aldın” başlıklı broşürde yer alan “Piranha araç tipi el süpürgesi ve araç içi telefon tutucu” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Piranha araç tipi el süpürgesi ve araç içi telefon tutucu” için 99,95-TL ve 19,95-TL şeklinde tanıtım yapıldığı ve 7.800 adet stok bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünlerin reklamda belirtilen fiyattan pek çok şubede satıldığı, stok bilgilerinin doğru olduğu, pek çok şubede yapılan satışların ve stok bilgilerinin Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan fatura, stok satış raporu ve stok raporu ile 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2022/4897**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “27 Ekim 2022 tarihinden itibaren geçerli aldın aldın” başlıklı broşürde yer alan “Stanley termos” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, Stanley marka pek çok termos çeşidine ve 20.000 adet stok bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünlerin reklamda belirtilen fiyatlardan pek çok şubede satıldığı, stok bilgilerinin doğru olduğu, pek çok şubede yapılan satışların ve stok bilgilerinin Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan fatura, stok satış raporu ve stok raporu ile 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**132)**

**Dosya No: 2022/4910**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “3 Kasım 2022 tarihinden itibaren geçerli aldın aldın” başlıklı broşürde yer alan “Universal marka motosiklet aksesuarları” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, Universal marka pek çok motosiklet aksesuarına ve 300 adet stok bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünlerin reklamda belirtilen fiyatlardan pek çok şubede satıldığı, stok bilgilerinin doğru olduğu, pek çok şubede yapılan satışların ve stok bilgilerinin Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan fatura, stok satış raporu ve stok raporu ile 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**133)**

**Dosya No: 2022/4927**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.mediamarkt.com.tr adresli internet sitesinde yer alan “Xiaomi Mi robot vacuum mop essential robot süpürge ve paspas” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Xiaomi Mi robot vacuum mop essential robot süpürge ve paspas” için 2.899 TL şeklinde tanıtım yapıldığı ve herhangi bir indirimli fiyata yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün reklamda belirtilen fiyattan satıldığı, yapılan satışların Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan bilgi ve belgeler ile 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**134)**

**Dosya No: 2022/5004**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “27 Ekim 2022 tarihinden itibaren geçerli aldın aldın” başlıklı broşürde yer alan “Arzum Okka Minio Jet Türk kahvesi makinesi” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Arzum Okka Minio Jet Türk kahvesi makinesi” için 479 TL şeklinde tanıtım yapıldığı ve 3.800 adet stok bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün reklamda belirtilen fiyattan pek çok şubede satıldığı, stok bilgisinin doğru olduğu, pek çok şubede yapılan satışların ve stok bilgisinin Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan fatura, stok satış raporu ve stok raporu ile 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**135)**

**Dosya No: 2022/5140**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.a101.com adresli internet sitesinde yayınlanan “17 Kasım 2022 tarihinden itibaren geçerli aldın aldın” başlıklı tanıtımlarda yer alan “Volta Yide elektrikli moped” reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, “Volta Yide elektrikli moped” için 19.999,00 TL şeklinde tanıtım yapıldığı ve 300 adet stok bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürünün reklamda belirtilen fiyatlardan satıldığı, stok bilgilerinin doğru olduğu, yapılan satışların ve stok bilgilerinin Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan fatura, stok satış raporu ve stok raporu ile 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 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**136)**

**Dosya No: 2022/5499**

**Şikayet Edilen: Zorluteks Tekstil Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, www.trendyol.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Tüm ürünlerde %50 indirim” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, çeşitli ürünlere %50 indirim uygulandığı ve tüketiciler tarafından satın alınan ürünlerin siparişlerinin ise daha sonra iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından www.trendyol.com.tr adresli internet sitesinde, 15.12.2022 tarihinde “Tüm ürünlerde %50 indirim”şeklinde tanıtım yapıldığı, tüketiciler tarafından muhtelif ürünlerin satın alındığı, ancak daha sonra tüketicilerin siparişlerinin iptal edildiği, söz konusu reklamlarda stok bilgilerine yer verilmediği, tüketicilerin aldatıldığı ve mağdur edildiği,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünleri belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketicileri bu konuda uyarmaksızın www.trendyol.com.tr adresli internet sitesinden belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; söz konusu uygulamanın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu ve haksız ticari uygulama niteliği taşıdığı 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, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-c ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Zorluteks Tekstil Tic. ve San. 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.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**137)**

**Dosya No: 2022/4503**

**Şikayet Edilen: Ufuk GÖK-Batıbank Teknoloji**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/btmobill/ adresli sosyal medya hesabında elektronik sigara satışına ilişkin olarak yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bahse konu sosyal medya hesabında elektronik sigara ürünlerinin görselleri ile tanıtıma yönelik paylaşımlar yapıldığı, “Elektronik sigara satışlarımız son hızıyla devam ediyor.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu sosyal medya hesabında üretimi, ithalatı ve yurtiçi piyasaya arzı mevzuat gereği yasak olan elektronik sigara ürünlerinin görselleri kullanılarak tanıtıma yönelik paylaşımlar yapıldığı, söz konusu paylaşımların mevzuatla tüketicilere yönelik her türlü reklamı yasaklanmış olan sigara ve elektronik sigara ürünlerinin mevzuata aykırı reklamı niteliğinde olduğu ve insan sağlığına zararlı ve bağımlılık yapıcı sigara tüketiminin özendirilerek teşvik edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Elektronik Sigara ve Benzeri Cihazlar ile Bazı Tütün Mamulleri ve Tütün Mamulünü Taklit Eder Tarzda Kullanılan Mamullerin İthaline İlişkin 2149 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı'nın 1 inci maddesi,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik’in 19 uncu maddesi,

- 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun'un 2/6, 3/1, 3/6, 3/11 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ufuk GÖK-Batıbank Teknoloji** 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.

**TURİZM**

**138)**

**Dosya No: 2022/ 2936**

**Şikayet Edilen: Mahmutoğulları İnş. Nak. Akar. Turz. Gıda Oto Taah. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (Grand Hotel Van)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait *“Grand Hotel Van”* adlı tesise yönelik olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.06.2022, 19.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela, Diğer

**Tespitler:** Kuruluşa ait *“Grand Hotel Van”*adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”bulunmasına karşın tesis mahallinde yapılan 02.06.2022 tarihli denetimde tespit edilen otelin dış cephesinde, resepsiyonda ve muhtelif yerlerde yer alan tanıtımlar ile www.grandhotelvan.com adresli internet sitesinin 19.07.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel”olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluşa ait *“Grand Hotel Van”*adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”bulunmasına karşın tesis mahallinde yapılan 02.06.2022 tarihli denetimde tespit edilen otelin dış cephesinde, resepsiyonda ve muhtelif yerlerde yer alan tanıtımlar ile www.grandhotelvan.com adresli internet sitesinin 19.07.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel”olarak tanıtımının yapıldığı,

Bu itibarla, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”bulunan *“Grand Hotel Van”*adlı tesise yönelik olarak yayınlanan “4 Yıldızlı Otel”tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mahmutoğulları İnş. Nak. Akar. Turz. Gıda Oto Taah. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (Grand Hotel Van)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**139)**

**Dosya No: 2022/3780**

**Şikayet Edilen: Alena Yapı Turizm Otelcilik Yatırım Ticaret ve Sanayi A.Ş. (Toprakçılar Konağı)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluş tarafından işletilen *“Toprakçılar Konağı”* adlı tesise yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluş tarafından işletilen “Toprakçılar Konağı”adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “1 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”türünde belge talebinde bulunduğu ancak tesise ait https://www.toprakcilarkonagi.com adresli internet sitesinin 22.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “Toprakçılar Konak Butik Otel”olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan kuruluş tarafından işletilen *“Toprakçılar Konağı”*adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “1 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” türünde belge talebinde bulunduğu ancak tesise ait https://www.toprakcilarkonagi.com adresli internet sitesinin 22.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “Toprakçılar Konak Butik Otel”olarak tanıtımının yapıldığı, bu itibarla, söz konusu tesise yönelik “Toprakçılar Konak Butik Otel”tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alena Yapı Turizm Otelcilik Yatırım Ticaret ve Sanayi A.Ş. (Toprakçılar Konağı)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**140)**

**Dosya No: 2022/3890**

**Şikayet Edilen: Alya Pansiyon**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Alya Pansiyon”* adlı tesise ait https://www.alyabeachotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Alya Pansiyon”*adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi” bulunmamasına karşın tesise ait https://www.alyabeachotel.com adresli internetsitesinin 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “Alya Beach Hotel”olarak tanıtımınınyapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *“Alya Pansiyon”*adlı tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi”bulunmamasına karşın tesise ait https://www.alyabeachotel.com adresli internetsitesinin 23.11.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “Alya Beach Hotel”olarak tanıtımınınyapıldığı, bu itibarla, söz konusu tesise yönelik “Alya Beach Hotel” tanıtımlarının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’in 16/2 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**141)**

**Dosya No: 2022/3076**

**Şikayet Edilen: Fatih ÖZGE-Özge Yapı Gayrimenkul**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.01.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.sahibinden.com adresli internet sitesinde *"Algün Greenpark 3+1 Düzce / Merkez / Aziziye Mah. 540.000 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**142)**

**Dosya No: 2022/3674**

**Şikayet Edilen: Lufian Mağazacılık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.lufian.comadresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.lufian.com adresli internet sitesinde yer alan ürünlerin ilk fiyatları üzerinden %50-60 oranında indirim uygulanarak satışa sunulduğu bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.lufian.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**143)**

**Dosya No: 2022/4318**

**Şikayet Edilen: Koçtaş Yapı Marketleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Gaziemir Optimum Avm’de bulunan mağazadaki reyonlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Firmaya ait Gaziemir Optimum Avm'de bulunan mağazadaki "Çocuk Kulpları" reyonunda turuncu renkle "3 Al 2 Öde" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Gaziemir Optimum Avm'de bulunan mağazada yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**144)**

**Dosya No: 2022/4472**

**Şikayet Edilen: Kadsis Kıymetli Madenler ve Madencilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak https://fizikiteslim.kadsis.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak https://fizikiteslim.kadsis.com adresli internet sitesinde *"Altınlarınız Kapınızda. Hesabınızda bulunan altınlarınızı, dilediğiniz gramda fiziki altına çevirebilirsiniz. Çevirdiğiniz altınlarınız, sigortalı kargo ile adresinize güvenle teslim edilir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak https://fizikiteslim.kadsis.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**145)**

**Dosya No: 2022/4528**

**Şikayet Edilen: Trio Thin Medya Hizmetleri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.eurotriotv.com/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.eurotriotv.com/ adresli internet sitesinde *"Hayata Dokun sloganı ile insanları haretlendiren, katılımcı olmaya davet eden EURO TRIO CHANNEL'ın en önemli özelliği, kanalımızda yayınlanan reklamların, tanıtımların devlet teşviği ile desteklenmesidir. EURO TRIO CHANNEL, kendisini reklam ve tanıtımlar için tercih eden firmalara devlet destek penceresini açan bir kapıdır. Ülkesini yurt dışında destekleyen, tanıtan ve bir katma değer oluşturmaya çalışan firmalara sizler için EURO TRIO CHANNEL doğru bir adres olacak. Çünkü Türkiye sınırları dışında yayın yapan bir basın, yayın kuruluşunda marka olmak için çalışma başlatan, reklam veren, sponsor olan firmalara yaptıkları harcamaların %60’ı Türkiye Cumhuriyeti devleti tarafından karşılanır. Bu bağlamda EURO TRIO CHANNEL’da yayınlanan reklamların, sponsorlukların bedellerinin %60’ı firmaya geri döner."* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.eurotriotv.com/ adresli internet sitesinde *"Hayata Dokun sloganı ile insanları haretlendiren, katılımcı olmaya davet eden EURO TRIO CHANNEL'ın en önemli özelliği, kanalımızda yayınlanan reklamların, tanıtımların devlet teşviği ile desteklenmesidir. EURO TRIO CHANNEL, kendisini reklam ve tanıtımlar için tercih eden firmalara devlet destek penceresini açan bir kapıdır. Ülkesini yurt dışında destekleyen, tanıtan ve bir katma değer oluşturmaya çalışan firmalara sizler için EURO TRIO CHANNEL doğru bir adres olacak. Çünkü Türkiye sınırları dışında yayın yapan bir basın, yayın kuruluşunda marka olmak için çalışma başlatan, reklam veren, sponsor olan firmalara yaptıkları harcamaların %60’ı Türkiye Cumhuriyeti devleti tarafından karşılanır. Bu bağlamda EURO TRIO CHANNEL’da yayınlanan reklamların, sponsorlukların bedellerinin %60’ı firmaya geri döner."* şeklindeifadelere yer verilerek tüketiciler nezdinde firmaya ait kanalda yayınlanan tanıtımların devlet teşviği ile desteklendiğinin belirtildiği ancak Bakanlığıkça uygulanmakta olan devlet yardımı programları kapsamında yapılan destek başvurularının mevzuat doğrultusunda müstakilen incelendiği ve bir reklam mecrasının akredite edilmesi, tüm başvurular bakımından mutlak surette destek kapsamında olması durumunun söz konusu olmadığı dolayısıyla anılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler ile 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-b, 7/5-c, 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 **Trio Thin Medya Hizmetleri Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**146)**

**Dosya No: 2022/5152**

**Şikayet Edilen: Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve internet sitelerinde yer alan tanıtımlarda *“-Nedir abi bu koşturmacalar falan… Zombi geliyor… -Abi arkanda…Hastane, ambulans, Akif -Hastanelik bir şey yok, oyun istiyor -Oğlum adam yedi seni yedi -Zombiye mi dönüşüyorsun napıyorsun, sen bir garip yürüyorsun bak ben arıyorum ambulansı -Yok be oğlum koştuk ya bacağım çekti, masraf çıkarma şimdi –Yok be abi Anadolu Sigorta’da % 50 indirim var -Onu beni yemeden önce söyleseydin keşke. Hastane masrafları sizi korkutmasın diye Anadolu Sigortada %50 indirimli sağlık sigortası var. Kaybetmek yok…-Eve nasıl gidicez Selim –Ben seni taşırım be kardeşim insanlık öldü mü?”* şeklinde ifadelere ve altyazıda *"Genç Sağlık Kampanyası kapsamında 14.10.2022-16.12.2022 tarihleri arasında bireysel müşterilerimiz adına yeni düzenlenecek Anadolu Tamamlayıcı Sağlık Sigortası veya sadece yatarak tedavi teminatını kapsayan Hesaplı Sağlık Sigortası poliçelerinde 20-35 (20 ve 35 dahil) yaş aralığındaki yeni sigortalılarımıza %50 indirim fırsatı sunulmaktadır. Anadolu Sigorta'dan devam eden sağlık poliçesi bulunan sigortalılarımız için geçerli değildir."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve internet sitelerinde yer alan reklamların ana vaadinde yer alan *"Hastane masrafları sizi korkutmasın diye Anadolu Sigortada %50 indirimli sağlık sigortası var. Tamamlayıcı veya hesaplı sağlık sigortasında %50 indirim."* ifadeleri ile herhangi bir koşul aranmadan tüm vatandaşların %50 indirimli sağlık sigortası kampanyasından faydalanabileceği algısı yaratılmasına rağmen altyazıdaki *"Genç Sağlık Kampanyası kapsamında 14.10.2022-16.12.2022 tarihleri arasında bireysel müşterilerimiz adına yeni düzenlenecek Anadolu Tamamlayıcı Sağlık Sigortası veya sadece yatarak tedavi teminatını kapsayan Hesaplı Sağlık Sigortası poliçelerinde 20-35 (20 ve 35 dahil) yaş aralığındaki yeni sigortalılarımıza %50 indirim fırsatı sunulmaktadır. Anadolu Sigorta'dan devam eden sağlık poliçesi bulunan sigortalılarımız için geçerli değildir."* ifadeleri ile reklamdaki kampanyanın sadece 20-35 yaş aralığındaki yeni sigortalılar için geçerli olduğu bilgisi verilerek sunulan hizmetin sınırlandırıldığı dolayısıyla anılan ifadelerin ana vaat ile istisna arasında uyumsuzluğa yol açtığı, dolayısıyla anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**147)**

**Dosya No: 2022/5716**

**Şikayet Edilen: Arni İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak “Sürtaş” isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak “Sürtaş” isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara istinaden 02.12.2022 tarihinde \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* sipariş numarasıyla "Sürtaş Katlanır Servis Arabası (Gri Boyalı)" isimli ürünü satın alan tüketicinin siparişinin 03.12.2022 tarihinde sistemsel kaynaklı bir hata olduğu, 320 TL'nin yarı üretim ücreti bile olmadığı gerekçesiyle iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak “Sürtaş” isimli satıcı tarafından www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara istinaden 02.12.2022 tarihinde \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* sipariş numarasıyla "Sürtaş Katlanır Servis Arabası (Gri Boyalı)" isimli ürünü satın alan tüketicinin siparişinin 03.12.2022 tarihinde sistemsel kaynaklı bir hata olduğu, 320 TL'nin yarı üretim ücreti bile olmadığı gerekçesiyle iptal edildiği bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünleri belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın www.n11.com adresli internet sitesinde belirtilen satış fiyatları üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu; dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 13/1, 28/1, 28/4, 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 **Arni İç ve Dış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2022/5717**

**Şikayet Edilen: Aşan Belgelendirme ve Danışmanlık Hizmetleri İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.asandanismanlik.com adresli internet sitesinde ve broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.10.2022,2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.asandanismanlik.com adresli internet sitesinde ve broşürlerde *"ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 13027 Hijyen ve Sanitasyon Sistemi Belgesi, -ISO 13485 Tıbbı Cihazlar Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesi , -ISO 16949 Otomotiv Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 20000 Bilgi Teknolojileri Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 22301 İş Sürekliliği Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 27001 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 31000 Kurumsal Risk Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 45001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi, -ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi Belgesi. Helal Gıda Belgesi, IFS, ISO 22000, HACCP, BRC, GHP, GMP, İyi Tarım Uygulamaları Belgeleri, CE Belgesi...vb. 8 Belge 2000 TL+KDV. Tüm dünya ülkelerinde geçerli "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.asandanismanlik.com adresli internet sitesinde ve broşürlerde yer alan tanıtımlar ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında inceleme konusu reklamların tüketicilere yönelik 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.

**149)**

**Dosya No:** **2022/942**

**Şikayet Edilen: Duru Kumaş Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.durucollection.com adresli internet sitesinde ve "durucollection" isimli Instagram hesabında satışa sunulan "Gold Küçük Çiçekli Tepsi" isimli ürüne ilişkin satış ve tanıtımlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.durucollection.com adresli internet sitesinde ve "durucollection" isimli Instagram hesabında satışa sunulan *"Gold Küçük Çiçekli Tepsi*" isimli ürüne ilişkin satış ve tanıtımlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından 6 adet ürün satın alınarak kargo ücreti dahil 462,81 TL ödendiği, tüketiciye önce \*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı siparişin alındığı, ardından da siparişin kargoya teslim edildiği şeklinde bilgi verildiği, ancak tüketici kargonun tarafına ulaşmadığı gerekçesiyle kargonun nerede olduğu, ürünün teslim tarihi vb. bilgileri öğrenmek adına 0533 191 76 53 numaralı telefon hattından WhatsApp yoluyla firma ile iletişime geçildiği, ancak tüketiciye firma tarafından siparişin iptal edildiği bilgisinin verildiği, bu durum üretim tarafında hammadde ve malzemeye gelen yüksek zamlar sebebiyle üretime bir süreliğine ara verildiği bu sebeple kargonun gönderilemediği şeklinde cevap verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.durucollection.com adresli internet sitesinde ve "durucollection" isimli Instagram hesabında satışa sunulan "Gold Küçük Çiçekli Tepsi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlara istinaden başvuru sahibi tüketicinin vermiş olduğu siparişin iptal edildiği konusunda bilgilendirilmediği gibi aslında ürün kargoya dahi verilmediği halde "kargoya teslim edildi" şeklinde tüketicinin yanlış bilgilendirildiği, dolayısıyla tüketicinin eksik ve yanlış bilgilendirildiği, üstelik konuya ilişkin firmadan konuya ilişkin yazılı açıklama talep edildiği halde herhangi bir cevap alınamadığı, tüm bu sebeplerle söz konusu ürüne ilişkin satış ve tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, firmanın mesleki özenin gereklerine uymadan, söz konusu ürünü belirtilen sürede teslim edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek ve tüketicinin normal şartlarda taraf olmayacağı bir işlemde taraf olmasına yol açarak haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-e, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 18/1,18/2 28/1, 28/4 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci bendi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**150)**

**Dosya No:** **2022/1020**

**Şikayet Edilen: Talipsan Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dgnonline.com adresli internet sitesinde yapılan indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.03.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici tarafından 17.03.2022 tarihinde verilen \*\*\*\*\*\*\*\*\*\* numaralı siparişte, %77 indirimle Puma marka ayakkabı satın alındığı, ancak bu siparişin firma tarafından iptal edildiği ve yüksek fiyattan/indirimsiz ürünün yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.dgnonline.com adresli internet sitesinde indirimli satış vaadiyle yapılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, firma tarafından konuya ilişkin herhangi bilgi belge sunulmadığı, indirimin başlangıç bitiş tarihlerine yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, firmanın makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1,13/9, 14/1,14/2, 14/3, 18/1, 28/1, 28/4 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci bendi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**151)**

**Dosya No:** **2022/2004**

**Şikayet Edilen: Mertkan Reklamcılık ve İnşaat Sanayi Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olduğu tespit edilen "@crocscunuz" isimli Instagram hesabında yapılan "Orjinal Crocs Türkiye Distribütörü" şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait olduğu tespit edilen"@crocscunuz" isimli Instagram hesabında "*Orjinal Crocs Türkiye Distribütör*ü" ifadesine yer verilmek suretiyle "*Orjinal crocslarda dev kampanya 1 alana 1 bedava sadece kargo ücretsiz 249TL. Sipariş için DM ve Whatsapptan ulaşabilirsiniz. Kapıda ödeme, iade-değişim, 7 işgünü teslim garantisi"* şeklinde ürün tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "@crocscunuz" isimli Instagram hesabında anılan markanın resmi Türkiye distribütörü olunmadığı halde "Orijinal Crocs Türkiye Distribütörü" şeklinde reklam yapmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve bu durumdan haksız kazanç elde edildiği, firma tarafından orijinal olmayan taklit ürünlerin satışa sunulduğu iddialarına ilişkin herhangi bir cevap verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-a, 7/5-c, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 12/1,12/2, 18/1, 18/2 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**152)**

**Dosya No:** **2022/2817**

**Şikayet Edilen: Aksanal Market Hırdavat Hediyelik Eşya D.Y.M. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.needion.com adresli internet sitesinde "Badem10" isimli mağaza tarafından satışa sunulan "V Profesyonel Havalı Zımba Tabancası Çakma Makinesi" isimli ürüne ilişkin ticari uygulama

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.needion.com adresli internet sitesinde firmaya ait olduğu tespit edilen "Badem10" isimli satıcı mağaza tarafından satışa sunulan "V Profesyonel Havalı Zımba Tabancası Çakma Makinesi” isimli ürünün 35,32TLye satın alındığı ve \*\*\*\*\* numaralı siparişin firma tarafından onaylandığı, ancak ertesi gün siparişin firma tarafından iptal edildiği ve ürünün 590,70TL şeklinde yüksek fiyattan yeniden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.needion.com adresli internet sitesinde firmaya ait olduğu tespit edilen "Badem10" isimli satıcı mağaza tarafından satışa sunulan "V Profesyonel Havalı Zımba Tabancası Çakma Makinesi” isimli ürüne ilişkin başvuru sahibi tüketici tarafından verilen siparişin önce satıcı firma tarafından onaylandığı, ancak ertesi gün siparişin firma tarafından iptal edildiği ve ürünün yüksek fiyattan 590,70TL'den yeniden satışa sunulduğu, dolayısıyla söz konusu ticari uygulamanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketicinin mağdur edildiği,

Diğer taraftan, firmanın makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1,13/9, 14/1,14/2, 14/3, 18/1, 28/1, 28/4 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” Ekinde yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” maddesinin 5 inci bendi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aksanal Market Hırdavat Hediyelik Eşya D.Y.M. San. 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:** **2022/4557**

**Şikayet Edilen: İntersport Atletik Mağazacılık Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: "intersporttr" isimli Instagram hesabından sponsorlu olarak yayınlanan "*Nike Venture Runner Erkek Spor Ayakkabı ~~1.159,90TL~~ 869,90TL*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “intersporttr" isimli Instagram hesabından sponsorlu olarak yayınlanan 16.10.2022 tarihli paylaşımda "Nike Venture Runner Erkek Spor Ayakkabı ~~1.159,90TL~~ 869,90TL Alışverişe başla" ile *"Nike Venture Runner Erkek Spor Ayakkabı modelinde kaçırılmayacak indirim fırsatı şimdi Intersport Türkiyede sizleri bekliyor"* ifadelerine yer verildiği, ancak intersport.com.tr adresli internet sitesinde ürünün 1299,90TLden satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “intersporttr" isimli Instagram hesabından 16.10.2022 tarihinde sponsorlu olarak yayınlanan paylaşım üzerine başvuru sahibi tüketici anılan ürünü indirimli fiyat olarak 869,90 TL'den satın almak için "Alışverişe Başla" butonuna tıklayarak www.intersport.com.tr adresli internet sitesine yönlendirildiği fakat internet sitesinde anılan ürünün 1.299,90 TL şeklinde indirimsiz farklı bir fiyattan satışa sunulduğu, böylece anılan ürüne ilişkin indirimli satış reklamlarının gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların fiyat konusunda anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 14/1, 14/2, 14/3, 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 **İntersport Atletik Mağazacılık Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2022/4378**

**Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizm. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 29.09.2022 tarihindehttps://www.hepsiburada.com/ adresli internet sitesinde *"Premium Günleri 27-29 Eylül"* isimli kampanyaya yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/ adresli internet sitesinin 29.09.2022 tarihli görünümünde, *"Premium Günleri 27-29 Eylül"* isimli kampanya kapsamında "Samsung Galaxy S 21 5G 128 GB" model cep telefonunun Premium üye olan tüketicilere 10.599 TL fiyatla satışa sunulacağı bilgisinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından stoğu biten ürünün reklam ve tanıtımının yapılmaya devam edildiği, dolayısıyla firmanın kendisinden beklenen mesleki özenin gereklerine uymadan 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 mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunulduğu, böylece söz konusu ürüne ilişkin satış ve tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 18/1, 18/2, 28/1, 28/4, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**155)**

**Dosya No: 2022/4566**

**Şikayet Edilen: Arçelik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.beko.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan *"Beko'dan 83 cm ve üzeri geniş hacimli buzdolabı alana UV temizleme cihazı hediye"* başlıklı kampanyaya yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.beko.com.tr adresli internet sitesinde *"Beko'dan 83 cm ve üzeri geniş hacimli buzdolabı alana UV temizleme cihazı hediye"* şeklinde ifadelerle kampanyanın reklam ve tanıtımının yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından stoğu biten ürünün reklam ve tanıtımının yapılmaya devam edildiği, dolayısıyla firmanın kendisinden beklenen mesleki özenin gereklerine uymadan 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 mal veya hizmetleri o fiyattan edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunulduğu, böylece söz konusu ürüne ilişkin satış ve tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 9/1, 9/5, 15/b, 18/1, 18/2, 28/1, 28/4, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**156)**

**Dosya No: 2022/4839**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.teknosa.com/ internet sitesinde yer alan *"Kullanılmış Dahi Olsa 30 Gün İçinde Değiştirme Fırsatıyla Teknoloji Sizden Yana"* isimli memnuniyet değişim uygulamasına yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 14.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.teknosa.com/ internet sitesinin 14.10.2022 tarihli görünümünde memnuniyet değişim uygulamasının *"Kullanılmış Dahi Olsa 30 Gün İçinde Değiştirme Fırsatıyla Teknoloji Sizden Yana", “Tüm TV, Monitör, Notebook, Tablet, Desktop, Süpürge, Ütü ve Preo marka küçük ev aletlerinde geçerlidir.”* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından gönderilen bilgi ve belgelere göre çok sayıda tüketicinin memnuniyet değişim uygulamasından sorunsuz bir şekilde yararlandığı ancak başvuru sahibi tüketicinin kampanyadan sehven yapılan yanlış bir yönlendirme neticesinde memnuniyet değişim uygulamasından yararlanamadığı, memnuniyet değişim uygulamasına yönelik reklamlarda aldatıcılık ve yanıltıcılık unsuruna rastlanmadığı, tüketicinin kampanyadan yararlanamamasının sebebinin reklamın hukuka aykırı olmasından değil yaşanan bireysel bir tüketici mağduriyetinden kaynaklandığı 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.

**157)**

**Dosya No: 2022/4930**

**Şikayet Edilen: Mezitli Turkuaz İnş. San. ve Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Mezitli Turkuaz İnş. San. ve Tic. A. Ş’ye ait inşaat projesine yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait inşaat projesinin tanıtımının yer aldığı görselde Belediye’ye ait arazinin, inşaat projesinin konusunu oluşturan yapı ile birlikte aynı görsel içinde yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Mezitli Belediyesi Davultepe Mahallesi'nde bulunan 535 ada 12. ve 15. parsellerin inşaat projesinin kapsamına dahilmiş gibi gösterildiği, her ne kadar firma tarafından projenin kapsadığı alanın görsellerde duvarla çevrilmiş olduğu iddia edilse de ilgili görseller incelendiğinde çevre duvarlarının tüketicilerin aldatılmasının ve yanıltılmasının önüne geçecek netlikte ve büyüklükte gösterilmediği için tüketicilerin aldatılmasının ve yanıltılmasının önüne geçecek nitelikte olmadığı, böylece söz konusu inşaat projesine ilişkin reklam ve tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtların;

- 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 **Mezitli Turkuaz İnş. San. ve Tic. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**158)**

**Dosya No: 2022/5719**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından sunulan çağrı merkezi hizmetinin ücretli arama ile mümkün olduğu hususu

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait https://www.flypgs.com/ adresli internet sitesinde *“Bilet değişiklik ve iade işlemlerinizi flypgs.com ve mobil uygulama üzerinden, seyahatlerim/bilet işlemleri adımından yapabilirsiniz. Pegasus çağrı merkezi, ihtiyacın olduğu her an, 7 gün 24 saat yanında. Dünyanın neresinde olursan ol, seyahatinle ilgili her işlemini çağrı merkezinden kolayca gerçekleştirebilirsin. Türkiye ve yurt dışından Bilet Hattımıza ulaşabileceğin numaralar aşağıdadır: TÜRKİYE 0888 228 12 12\* 0888 228 12 12 numaramız tüm kullanıcılar için (Türk Telekom Mobil, Türk Telekom Ev Telefonu, Turkcell, Vodafone) ücretlendirme periyodu (vergiler dahil) saniye olarak hesaplanıp, DK 1,5 / TL olarak, operatörünüz tarafından faturanıza yansıtılacaktır. TÜRKİYE - BolBol'lulara Özel Ücretsiz Hat 0850 399 17 01 \*\* BolBol üyelerimiz, BolBol üyelik programımız ile ilgili taleplerini iletmek veya uçuş değişiklik, iptal, ek hizmet/servis satın alım işlemleri için ücretsiz 0850 399 17 01 numaralı çağrı merkezimizle iletişime geçebilir. Çağrı merkezimiz yurt içi aramalar için ücretsizdir, yurt dışından yapılan aramalar ise, ilgili ülke operatör tarifesinden ücretlendirilmektedir. Operasyonel nedenlerden dolayı yaşanan sefer iptalleri ve sefer saat değişiklikleri için 0850 250 67 02 numaralı hattımızı arayarak rezervasyon değişikliği ya da iptal / iade işlemlerinizi gerçekleştirebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından sunulan çağrı merkezi hizmetinin ücretli arama ile mümkün olduğu hususu ile ilgili sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**4. DİĞER KONULARIN KONUŞULMASI**

**1)**

**Dosya No:2022/4792**

Firma tarafından www.apple.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “Sizin için tasarlandı, gezegenin de kalbini kazandı.” başlıklı reklamlar hakkında, Reklam Kurulu’nun 08.11.2022 tarih ve 327 sayılı sayılı toplantısında alınan durdurma cezası kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun, Reklam Kurulu’nun 10.01.2023 tarih ve 329 sayılı toplantısında değerlendirilmesi sonucunda **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2022/4415**

**Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.** unvanlı firmaya ait “Omo” markalı deterjan ürünlerine ilişkin “Doğaya Daha duyarlı” ibareli tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 08.11.2022 tarih ve 327 sayılı toplantısında verilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanması kararına ilişkin itirazın görüşülmesi neticesinde;

İnceleme konusu reklamlarda “Omo” markalı deterjan ürünlerine ilişkin olarak yer alan *“Doğada Çözünebilir İçerikler”*, *“%25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiştir. (…) %25 geri* *dönüştürülmüş plastikten üretilen şişelerimiz ile, ortalama 70 ton saf plastik üretiminin önüne geçmeyi* *hedefliyoruz.”*, *“%100 Geri dönüştürülebilir ambalaj”* ve *“En zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkarır”* iddialarının ispatına yönelik olarak sunulan bilgi, belge ve test sonuçlarına istinaden, **söz konusu idari cezanın gerekçesinden yukarıda yer verilen ifadelerin çıkarılarak bu yöndeki itirazın kabulüne,**

Bunakarşılık, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve idari cezanın gerekçesini oluşturan “Doğaya Daha Duyarlı” şeklinde karşılaştırma niteliğindeki çevresel beyana ilişkin olarak Reklam Kurulu’nca tesis edilen **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari** **para ve anılan reklamları durdurma cezalarının kaldırılmasına ilişkin itirazın reddine** karar verilmiştir.