**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 14 Şubat 2022

**Toplantı Sayısı :** 330

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2022/4673**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Vodafone Yanımda uygulamasından tüketicilere teklif edilen "Redli Fırsat 18GB Sosyal Paket" isimli tarifeye ilişkin reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki, şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgeler incelendiğinde, ilk 3 ay indirimli olarak sunulduğu ifade edilen “Redli Fırsat 18GB Sosyal Paket” isimli tarifenin ilk aylık fiyat bilgisine tanıtım sayfasında yer verildiği ancak taahhütlü olduğu anlaşılan tarifenin kalan aylarına ilişkin daha yüksek tutarlı olan aylık ücret bilgisine aynı sayfada yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait “Vodafone Yanımda” uygulaması üzerinden teklif edilen "Redli Fırsat 18GB Sosyal Paket" isimli tarifenin tanıtımında aylık ücretin 209 TL yerine 79 TL olduğunun belirtildiği fakat bu indirimli fiyatın sadece ilk 3 ay için geçerli olduğu ve sonraki aylar için 99 TL olarak ücretlendirme yapılacağı bilgisine ancak "Kullanım koşulları" bağlantısının açılarak ulaşılabildiği,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olduğu, tüketici mağduriyetine yol açtığı 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, 13/1, 13/2, 13/10, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 30/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**2)**

**Dosya No: 2022/4837**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Instagram uygulamasında "vodafonetr" isimli hesap üzerinden sponsorlu reklam olarak kullanıcılara sunulan "Sınırlı bir süre için geçerli indirimli fiyatlarla hemen Vodafone'a geç!" başlıklı reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden Instagram reklamında 3 ayrı tarifenin tanıtımının yapıldığı, bunlardan birinde sabit fiyat uygulaması varken diğer iki tarifede aylık ücretin değiştiği, ücret bilgilerine aynı ortamda yer verilmiş olmakla birlikte punto büyüklükleri bakımında oldukça fark olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram uygulamasında "vodafonetr" isimli hesap üzerinden sponsorlu reklam olarak kullanıcılara sunulan "Sınırlı bir süre için geçerli indirimli fiyatlarla hemen Vodafone'a geç!" başlıklı tanıtımlarda büyük puntolarla 3 ay için geçerli olan fiyatların belirtildiği, fakat tarifeler için gerekli taahhüt süresinin daha uzun olduğu ve kalan aylar için geçerli olacak daha yüksek fiyatların küçük puntolarla yazıldığı,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olduğu, tüketici mağduriyetine yol açtığı 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, 13/1, 13/2, 14/1, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 30/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**3)**

**Dosya No: 2022/4984**

**Şikayet Edilen: Ttnet A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Şirkete ait internet sitesinde yayınlanan "*İlk Ay Bizden Kampanyası*" başlığı ile gerçekleştirilen reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden ekran görüntüsünün cep telefonuyla alındığı, kampanyanın “İlk Ay Bizden” ibaresi ile duyurulduğu, 16 mbps hızından başlayan internet hızları için online yapılan başvurularda ilk ayın ücretsiz olacağının beyan edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicilerden 1 aylık internet hizmet bedelinin başvuru gününden bağımsız olarak 1 aylık süreyi tamamlayacak şekilde alınmadığı, internet hizmet bedeli dışında alınan ücretlerin damga vergisi gibi hususlara ilişkin olduğu ve bu duruma tanıtımlarda yer verildiği 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)**

**Dosya No: 2022/4986**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Tüketicinin cep telefonuna “Sana özel” ibaresi ile gönderilen “Sezonluk Süper Lig” paket aboneliğine ilişkin reklamlar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** Kasım2022

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden tüketicinin cep telefonuna kısa mesaj olarak gönderilen teklifin kişiye özel olduğu, belirli bir tarihe kadar geçerli olduğu belirtilen sezonluk Süper Lig paketinin herhangi bir indirim ibaresi kullanılmadan aylık ücretine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, tüketicinin kendisine sunulandan farklı bir paketle kıyaslama yaparak yanılgıya düştüğü 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.

**5)**

**Dosya No: 2022/5489**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Turkcell Superonline’nın 1000 Mbps fiber internet hizmetinin tanıtımının yapıldığı “Turkcell Superonline’da Süpersonik Hız, Süper Fiyata!” başlıklı reklam

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

**Yayınlandığı Mecra:** Çeşitli

**Tespitler:** Yapılan incelemede Turkcell Superonline’nın 1000 Mbps fiber internet hizmetinin tanıtımının yapıldığı reklamda, hizmete ilişkin fiyat bilgisi verilirken ilgili videonun 13 üncü saniyesinden itibaren sesli ifade olarak sadece “ayda 99 TL” şeklinde fiyat bilgisine yer verilirken aynı anda sonraki 18 ay için geçerli olacak 399 TL fiyat bilgisinin sol alt bölümde sabit olarak yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Turkcell Superonline’da Süpersonik Hız, Süper Fiyata!" başlıklı reklamda 1000 Mbps fiber internet hizmetinin tanıtımının yapıldığı, hizmete ilişkin fiyat bilgisi verilirken ilgili videonun 13 üncü saniyesinden itibaren sesli ifade olarak sadece "ayda 99 TL" fiyat bilgisine yer verilirken aynı anda altyazı olarak sonraki 18 ay için geçerli olacak fiyatın 399 TL olduğunun belirtildiği,

Anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olduğu, tüketici mağduriyetine yol açtığı 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, 13/1, 13/2, 14/1, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 30/1 inci maddeleri,

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

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** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2022/5490**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Yeni abone olmak isteyen tüketicilere yönelik faturalı tarife seçeneklerinin sunulduğu bireysel.turktelekom.com.tr/mobil/yeni-musteri-tarife-ve-paketleri/faturali-tarifeler bağlantı adresinde yer alan "Tüm Faturalı Tarifeler" başlıklı reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede yeni abone olmak isteyen tüketicilere yönelik faturalı tarife seçeneklerinin sunulduğu bireysel.turktelekom.com.tr/mobil/yeni-musteri-tarife-ve-paketleri/faturali-tarifeler bağlantı adresinde yer alan "Tüm Faturalı Tarifeler" seçeneği incelendiğinde özet tarife bilgisi ile ilk 3 aylık fiyat bilgisine yer verildiği ancak tarifelerin taahhüt dahilindeki sonraki aylara ilişkin fiyat bilgisine her tarife için “İncele” bağlantısından ulaşılabildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete yeni abone olmak isteyen tüketicilere yönelik faturalı tarife seçeneklerinin sunulduğu bireysel.turktelekom.com.tr/mobil/yeni-musteri-tarife-ve-paketleri/faturali-tarifeler bağlantı adresinde yer alan "Tüm Faturalı Tarifeler" başlıklı reklamlarda tarife içeriklerine ve fiyat bilgisine yer verildiği ancak fiyat bilgisi olarak ilgili sayfada sadece ilk 3 aylık fiyat bilgisinin bulunduğu, taahhüt dahilindeki sonraki aylara ilişkin fiyat bilgisine ise ancak her tarifede bulunan "İncele" bağlantısından ulaşılabildiği,

Dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı, ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olduğu, tüketici mağduriyetine yol açtığı 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, 13/1, 13/2, 14/1, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-c ve 30/1 inci maddeleri,

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

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** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**7)**

**Dosya No:** **2022/1801**

**Şikayet Edilen: Anıl ERCAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “vegan\_tariflerim” isimli sosyal medya hesabından yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “vegan\_tariflerim " isimli Instagram hesabından 03.05.2022 tarihinde yapılan "Reel" adlı video paylaşımında; "*Bayram kahvaltısı her zaman özel olmuştur. @itznutz markasının birbirinden lezzetli kahvaltılık peynir ve sosları ile çok özel bir kahvaltı yaptık bu lezzetleri mutlaka denemenizi öneriyorum dostlarım. Zaten bir kez denedikten sonra büyük ihtimalle vazgeçilmezleriniz arasına girecektir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “vegan\_tariflerim” isimli Instagram hesabından yayınlanan 03.05.2022 tarihli paylaşımda takipçilerinin tercihlerini bilinçli olarak yönlendirebilecek şekilde övücü ifadelere ve görsellere yer vermek suretiyle söz konusu ürünlerin satın alınmasının teşvik edildiği ve takipçilerini "@itznutz” kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirildiği, dolayısıyla söz konusu paylaşımlarda herhangi bir reklam ifadesine yer verilmeden "itznutz" 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 **Anıl ERCAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No:** **2022/3148**

**Şikayet Edilen: Şule TÜRK**

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

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “suleqaya" isimli Instagram hesabından 30.07.2022 tarihli "hikaye" paylaşımında; "@ozzsaricam" isimli firmanın etiketine yer vermek suretiyle *"Şulemsi takipçilerine özel sepette süpriz hediyeler var. Linkten modellere bakın mutlaka öyle güzel modeller var ki aşık olma garantili."* ifadelerine ve "Şulemsi takipçilerine özel" bağlantısına yer verildiği,

29.07.2022 tarihli "hikaye" paylaşımında; "@doremiaccessory" isimli firmanın etiketine yer vermek suretiyle *"SULE10 kodu ile alışveriş yapan herkese mağaza ve onlineda %10 indirim var." Sayfayı kaybetmeyin"* ifadelerine ve "@Doremiaccessory" bağlantısına yer verildiği,

25.07.2022 tarihinde yapılan "hikaye" paylaşımında; "@north.ex" etiketine yer vermek suretiyle inceltici etkisi olduğu iddia edilen korse tayt ürünlerinin tanıtımının yapıldığı ve ekranda *"Orjinaliyiz, dahası yok*" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “suleqaya” 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 **Şule TÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No:** **2022/5095**

**Şikayet Edilen: Kanal Beyaz Televizyon Radyo Yayın. San. Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Beyaz TV" logolu televizyon kanalında yayımlanan "*Sonay Gökhan'la Biz Bize*" programı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 15.10.2022 tarihinde yayınlanan "Sonay Gökhan’la Biz Bize" isimli programın "Dr. Aslı Elif Tanuğur Samancı" isimli şahsın konuk olduğu bölümde yer alan diyaloglarda;

"*Sunucu: Evet konuğumuz Arı Ürünleri Uzmanı Dr. Elif Tanuğur Samancı. Aslı hanım biraz sizi tanıyabilir miyiz?*

*Konuk: Ben gıda yüksek ürünleri mühendisiyim. Uzun yıllardır arı ürünleri üzerine çalışıyorum bal, polen, arı sütü, arı zehri, arı ekmeği Bunlar benim uzmanlık alanım. bunların hem ar-ge hem kalite tespiti hem hile ve orijin tespiti konularında uzmanım. Hem bunlarla ürün formülasyonu geliştirme konusunda uzmanım hem de bu alanda yine doktoram var. Yaklaşık 25 yıldır arı ürünleri ile çalışıyorum. (...)*

*Sunucu: Anadolu Propolisi nedir?*

*Konuk: Anadolu propolisi kendi ülkemizde kendi coğrafyamızda ürettiğimiz propolis. Diyeceksiniz ki farkı nedir? Dünyada arıcılığı bir tek biz yapmıyoruz tabii ki dünyanın başka ülkelerinde de arıcılık yapılıyor. Ama Anadolu toprakları kendi coğrafyamız bitki zenginliği açısından dünyanın en zengin bölgelerinden biri. 12000 farklı bitki türünün yaşadığı bir coğrafyadayız Anadolu topraklarında ve bunların 3500ü endemik yani bu bitkiler dünyanın hiçbir yerinde yetişmiyor. Ve bu bitkilerden dolayı Anadolu ürünlerinde Anadolu propolisi başta olmak üzere çok özel fenolikler, flavonoidler, polifenoller görüyoruz. Bunlar dünyanın başka hiçbir ülkesinde bu oranda bu yüksek oranda bulunmuyor.*

*Sunucu: Daha kaliteli o zaman.*

*Konuk: Evet, aynı zamanda bu çeşitlilikte de bulunmuyor. Çok daha kaliteli Anadolu Propolisi. İstanbul Teknik Üniversitesindeyim ben biliyorsunuz aynı zamanda yüksek lisansımı da orada yaptım. Bu yaptığımız analizlerde şunu gördük; dünyanın birçok bölgesinden elde edilen propolislerle kendi ülkemizden elde edilen propolisleri etken maddeleri açısından karşılaştırdığımızda gördük ki Anadolu Propolis gerçekten dünyanın diğer ülkelerinde üretilen propolislerden çok daha yüksek orada etken maddeler fenolikler, flavonoidler, polifenoller içeriyor ve aynı zamanda klinik çalışmalarda da bu etkileri gördük. Çok daha başarılı. Hatta biliyorsunuz benim kendi oğlumda da yaşadığım bir durum.*

*Sunucu: Anlatabilir misiniz kendi oğlunuzda yaşadığınız sağlık sorununu?*

*Konuk: Ben evet sektörün içindeyim uzun yıllardır. Hatta eşim de sektörün içinde ziraat yüksek mühendisi. Biz uzun yıllardır sektörün içerisinde arge ve çalışmalar yapmaktayız ama kendi oğlumda yaşadığım bir bağışıklık problemi 11 aylıktan itibaren, belki şimdi bizi dinleyen anneler varsa bu vaka tanıdık gelecektir onlara. Sık sık, sebepsiz ateşlenmeye başladı. Yani boğazında, kulağında hiçbir yerinde bir şey yok, bir grip belirtisi yok veya başka bir hastalık belirtisi yok sadece yüksek 40 derecelere varan 10 gün düşmeyen bir ateş. Annem de çocuk doktoru, öyle ilaç veren bir doktor da değil, önce takip ediyoruz, doğal yollarla düşürmeye çalışıyoruz ateşi, düşmeyince ilaca başvuruyoruz. Bu tablo buna rağmen 5 sene sürdü, 5 sene neredeyse ayda 2 defa bazı aylar 3 defa 40 derecelere varan bir ateş ve gün sonunda hep antibiyotik veriyoruz. Antibiyotik aldıktan bir hafta 10 gün sonra falan ateş düşüyor ve antibiyotiği bırakınca tekrar çıkıyor. 5 sene sürdü, 5 sene sonunda Henoch-Schöenlein vaskülit adı verilen bir çeşit otoimmün hastalığı başladı ve bu son derece de korkutucu bir tabloydu. Bir sabah kalktım kollarında bacaklarında mor mor lekeler alerji olduğunu düşündüm çünkü hani birçok çocuk alerjik ya artık. benim de oğlum biraz alerjik dedim herhalde ama sonra anlaşıldı ki onlar iç kanamaymış ve 18 doktor gezdikten sonra teşhis konuldu. 18. hocamız otoimmün hastalıklar konusunda uzman bir hoca. bana dedi ki "Aslıcım madem sen arıcılık sektörünün içerisindesin bu konuda akademik çalışmalar da yapıyorsun neden dedi propolis sarı sütü vermiyorsun bu çocuğa?" diye sordu hoca bana. Sene 2010 o zaman ve ülkemizde daha o zaman propolis arı sütü üretimi yok. Çin’den geliyor arı sütü propolis adı altında birtakım maddeler ama bunlar da doğal ve saf değil, hep katkı maddeleri ile çoğaltılmış sahte ürünler. Hocam dedim güvenip veremiyorum çünkü piyasadaki birçok ürün bu sahte ve Çin’den gelen arı sütleriyle ve propolisleriyle üretiliyor. E o zaman dedi niye kendi oğlun için kendin üretmiyorsun hani arıcılarla birlikte yapmıyorsun, denemiyorsun bu işi?*

*Sunucu: Sektörün içindesin hazır, evet.*

*Konuk: Madem öyle, ben de tabi o zaman kovanım yok arıcılardan birinden rica ettim sağ olsun benim için üretip gönderdi Bunu o zaman literatürden bakarak özütledim ve laboratuvarda bu hale getirdikten sonra vermeye başladım. Bu arada doktor dedi ki eve kapatalım çocuğumuzu insanlarla temasını keselim çünkü aynı pandemi döneminde olduğu gibi insanlarla temas ettikçe enfekte oluyor ve sık sık hastalanmaya devam ediyor. Sen dedi doğal besle, propolis arı sütü ver hani çok ateşi, ağrısı olursa bir ağrı kesici veriyoruz o kadar. Takip edeceğiz dedi, bağışıklık hücrelerinin sayısı artınca immünoglobulin artınca 400dü, 800ü geçince bu çocuk düzelecek. Ben de başladım hocanın dediği gibi yapmaya, propolisi her gün literatürden baktım %30luk konsantre bir özüt hazırladım iyice koyu kahverengi bir özüt oldu, günde 40 damla yoğurda karıştırarak vermeye başladım, arı sütü de ham bala besin değeri en yüksek olan ham bala karıştırdım, o şekilde vermeye başladım. Düzenli 6 ay arı sütü propolis kullanarak ve hocanın dediği gibi eve kapanma uygulaması yaparak bağışıklık hücrelerinin tam 2 katına çıktığını, bu arada hiç antibiyotik kullanmadık, kendimiz hocayla birlikte kanda gözlemledik. 400 olan değer yavaş yavaş 600ü geçti. Oğlumda ne ateş kaldı, ne o alerjiler kaldı, ne de o iç kanama kaldı. Hepsi birden düzeldi yani bağışıklık sistemi baya iyileşti, iyileşince bütün bu sorunların da hepsi düzeldi. Tabi ben bunu da görünce dedim ki biz bunu dünyaya anlatmalıyız. Arılar orada çok değerli ürünler üretiyor doğadan topluyorlar hem kendileri için topluyorlar hem de insanlar için. Neden dedim biz bunu dünyaya tanıtmayalım, neden ülkemizde arı sütü, propolis, polen, arı ekmeği, arı zehri üretilmesin. Ondan sonra kendimizi arıcılara bu ürünü nasıl üretileceğini öğretmeye adadık. Bu ürünlerin faydasını da dünyaya öğretmeye adadık.*

*Sunucu: Ne güzel siz bunu yaşayarak öğrendiğiniz için bu çok daha farklı bir deneyim.(...)*

*Konuk: Vücudumuzda kırgınlık olduğunda dozu arttırarak vücudumuzun çabuk toparlanmasına yardımcı oluyoruz. (...)*

*Konuk: Emziren annelere bir iki tüyo da vereyim hani sütüm bollaşsın endişesi var ya. Arı sütü çok güzel süt bollaştıran bir özelliği var. Arı sütü anne sütü gibidir arılar arıların kendi bebekleri için üretir. (:..) Hem süt kalitesini, verimini arttırıyor hem de bebeğin de bağışıklık sistemine, büyüme gelişmesine, sağlıklı gelişimine katkı sağlayacak. Propolisi de enfeksiyonlardan korunmak için çünkü biz emzirirken hasta olmaktan hoşlanmayız ilaç içmek zorunda kalmaktan hoşlanmayız çünkü bebeğe gider o ilaçlar. O yüzden propolisin de hem hastalanma sıklığını azaltmada faydası olduğu için bu noktada çok faydası olacaktır. (...)*

*Sunucu: Pek çok propolis ürünü var arı ürünü var. Biz bunların sahte veya gerçek olduğunu nasıl anlayacağız?*

*Konuk: Valla çok güzel bir soru. Şimdi tabi bu arı ürünleri ülkemizde popüler oldu; özellikle son 10 yılda. Mesela geçtiğimiz günlerde dünya arıcılar birliği kongresi de 2. defa yine Türkiye’de yapıldı. Bakın bu çok önemli bir kongreydi. Hatta benim de bizzat 3 ayrı önemli akademik sunumum oldu, 3 ayrı akademik çalışma yaptım onların da yayınlanmasını sağladık ve Anadolu Propolisiyle yani ülkemizin değerli arı ürünleriyle yaptığımız çalışmalardı. Şimdi bu noktada bunlar popülerliği arttıkça tabi ki sahteliği de çok fazla artıyor. (...) İyi kalite bir özütte balmumu bulunmaz böyle pütür pütür parçacıklar yoktur ve oranı yükseldikçe kahverengilik koyuluk artar, tadı acımtıraktır güçlüdür şeker içermez. .*

*Sunucu: Babam mesane kanseri 3. evre ilaç tedavisi görüyor. Propolisin iyi geldiği söylendi bununla ilgili ne kadar alacak nasıl yapacak diye bir sorumuz var. Aynı zamanda kemoterapi gören başka bir hastamız daha arı ürünlerinden hangisini kullanmalıyız diye bir soru sormuş.*

*Konuk: Öncelikle çok geçmiş olsun. Şimdi kanserle ilgili propolisle ilgili çok fazla araştırma var meme kanseri, baş boyun kanseri, mide kanseri, bağırsak kanserleri, cilt kanserleri var yani literatüre girmiş propolisin anti kanserojen etkisi biliniyor ve kanser tedavisine destekleyici kullanımı da var öneriliyor literatürde. Hatta bizzat benim için de bulunduğum bir çalışma var, meme kanseri çalışmasının içerisinde bulunmuştum ve son Dünya Arıcılar Birliği kongresinde yayınladığım sunumda yine kanser hastalarında tedavi sırasında kemoterapi ve radyoterapi sırasında ağız içi yaralarının oluşumunu engellemesi üzerineydi.*

*Sunucu: Onunla ilgili Hollanda’dan bir hastamız soru sormuş. Eşinde sürekli ağız içi yaraları varmış ağız içi yaralarına iyi gelir mi diye soruyorlar.*

*Konuk: Kesinlikle çok faydası var. Bütün bu çalışmalarda hem propolisin güçlü anti kanserojen özellik gösterdiğini gördük hem kemoterapi ve radyoterapinin yan etkilerini azalttığını gördük. Hem de aynı zamanda ağız içi yaralarının hem oluşumunu engelliyor hem de oluşmuş yaraların tedavisini hızlandırıyor. Dolayısıyla her iki hastamız da kullanabilir. (...) Kanser hastaları kesinlikle en az %30 oranında propolis içeren formunda, daha konsantre formülde ve günde en az 80 damla, yoğurda veya sevdiği başka bir katı gıdaya karıştırarak kullanabilir. Sabah 40, akşam 40 düzenli kullanmayı tavsiye ediyoruz.*

*Sunucu: Kardeşimin ateşi 37 dereceden aşağı düşmüyor, antibiyotik çok aşırı kullanan bir çocuk ne yapmalıyız? diye soran biri, sizin çocuğunuza benzer bir durum.*

*Konuk: Çok geçmiş olsun evet benim çocuğuma çok benzer bir tablo. Ben kesinlikle düzenli olarak propolis kullanmasını ve yine konsantre formülle başlamasını yani %30la günde 40 damla olarak bir de yanı sıra propolis, arı sütü, ham bal karışımından da günde 1 tatlı kaşığı vermesini tavsiye ederim.*

*Sunucu: 20 yaşında demir eksikliği var, propolisin demir eksikliği anemisinde işe yarayıp yaramadığını sorarlar.*

*Konuk: Yapılan bir çalışmada, bunula ilgili birkaç çalışma gördüm, şunu gösteriyor propolis kanda demirin bağlanma kapasitesini arttırıyor. Dolayısıyla vücutta kan yapımını tetikliyor, arttırıyor. Doğrudan demir içeriği de var mı deseniz evet var ama ayrıca kanda demirin bağlanma kapasitesini arttırdığı için kan yapımını arttırdığı için tercih ediyoruz. Propolisten fayda görebilir bir de artı olarak ben ona arı ekmeğini önereceğim. (...)*

*Sunucu: Doğayı incelesek orada aslında her şey var. Bizim onları bulup çıkarmamız ve insanlığa sunmamız gerekiyor. Allah hepsini bizlere sunmuş, bize düşen de oradaki faydayı bulup insanların kullanımına sunmak. (...)*

*Sunucu: Mide ve bağırsak ile ilgili de çok soru var. Bağırsaklara iyi gelir mi diye o zaman onun için arı ekmeğini mi önereceğiz?*

*Konuk: Şimdi evet eğer sindirim problemi yaşıyorlarsa bağırsak florasının düzenlenmesinde, mide bağırsak sistemi sağlığının gelişmesinde ve iyileşmesinde çok etkili bir besin.*

*Sunucu: Kalp hastasıyım diyor izleyicimiz. Kalp hastalarında da faydası var mıdır ve ne kadar kullanmalıyım diyor.*

*Konuk: Şimdi kalp ve damar rahatsızlıklarıyla ilgili literatürde en fazla yayın arı sütüyle ilgili. özellikle kalp ve damar tıkanıklıklarında, damar veya kas rahatsızlıklarında arı sütüyle ilgili yapılmış çalışmalar gerçekten tedaviye destek olduğunu gösteriyor. Ben bu kişi için özellikle taze arı sütünü sabahları aç karna dilaltından bir çay kaşığı tavsiye ederim. Yanı sıra propolisin de biliyorsunuz vücuttaki toksinleri atıcı özelliği var... Kalp rahatsızlıklarında da vücutta toksin birikimine yol açtığı için buna propolisin de yine destekleyici faydası olacaktır. Propolisin de yine konsantre bir formülde %30 luk günde en az 40 damla kullanmasında yarar görebilir.*

*Sunucu: Bu arı ürünlerinin sedef hastasıyım faydası var mı?, cildimde sivilceler var faydası var mı?, bunların ciltle ilgili krem formülü var mı? şeklinde biraz cildimize geçeli mi?*

*Konuk: Krem formülüne gelince biraz arı zehrine de geçmemiz lazım. Adı zehir ama kendi şifadır. İçeriğinde cilt açısından çok yararlı hatta eklemler romatizmal hastalıklar açısından çok yararlı maddeler var. (...) Dolayısıyla arı zehri arı sütü propolis ham bal içeren krem ve serum formülasyonları bu anlamda da cilde uygulandığında tabii ki bir şişlik yaratmaz ama hafif kızarıklık gibi yaratsa da endişelenmeyin o minik enflamasyon cilt için iyidir, kan dolaşımı artıyor ve orası kendini tamir etmeye başlıyor demektir. Çok faydası var anti aging etkisi sedef egzama üzerine etkileri*

*Sunucu: Mantar hastalıklarında özellikle ayak mantarlarında kullanımı var mıdır? diye bir soru var.*

*Konuk: Evet propolisin var çok orada. Özellikle %30luk konsantre formülü direk ayak mantarına damlattığınızda direk üstüne, son derece faydasını görürsünüz. Hatta hanımlara tüyo oje altına bile uygulayabilirsiniz. Bu gerçekten mantarda çok etkili olduğuna dair çok yayın var. Bizzat bir çalışmanın içinde ben bulundum ve hakikaten ayak mantarı tedavisinde çok etkili. Ama sedef egzamada da yine ciltten mesela yeni bir yayın okudum yaklaşık 2500 hastada sedef egzama hastası cilt üzerinden propolis içeren krem formülasyonu uygulanarak iki gruba ayrılıyor; bir gruba uygulanıyor bir gruba uygulanmıyor ve 6 ay uygulanıyor. 6 ay içerisinde ciltlerinde lezyonların ciddi anlamda azaldığı sedef hastalarında diğer grupta bir değişim olmazken ispatlanmış. Dolayısıyla sedef egzamada da çok yararını görebilir.*

*Sunucu: Romatizmaya iyi gelir mi hangi tür arı ürününü önerirsiniz diye bir soru var.*

*Konuk: Şimdi romatizmal hastalıklar bir anlamda bağışıklık sistemi sorunları. Dolayısıyla bağışıklık sistemini güçlendiren gıdalar ki bunların başında propolis ve arı sütü geliyor. Bu noktada fayda sağlayacaktır. Biz bu izleyicimize yine %30luk formülden yine en azından 40 damla kullanmasını tavsiye ederiz. Ama bunlar 1-2 günlük kullanımlar değil en az 6 ay faydaları net görebilmek için.(..) Bunlar ilaç değil, ilaç kısa sürede fayda eder ama bunlar gıda, güçlü gıdalar. Doğal ve sağlıklı gıdalar değerli moleküllerin uzun vadede düzenli kullanılması lazım. (..) Beslenmenizi düzeltirseniz iyileşme zaten hep birlikte geliyor. beslenmeyi değiştirince birden zayıflamaya başlıyorsunuz daha sağlıklı dinç kalkıyorsunuz. bir de o beslenmeye propolis arı sütü eklediğinizde birdenbire o bir ayda diyorsunuz ki ben daha genç hissediyorum...."* şeklinde ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Beyaz TV’de yayımlanan "*Sonay Gökhan'la Biz Bize*" isimli programda herhangi bir marka ismine yer verilmediği genel olarak Anadolu Propolisi ve faydalarından bahsedildiği, konuk şahıs tarafından kendisine veya çalıştığı kuruma yönelik bir yönlendirme yapılmadığı böylece programın tüketicilerin aydınlanma ve bilgilenme ihtiyacını karşıladığı 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.

**10)**

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

**Şikayet Edilen: Ahmet Faik KARANİS**

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

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “ahmetfaik" isimli Instagram hesabından yapılan;

06.11.2022 tarihli paylaşımda; "@ya\_da\_film", "@jekyllvehydetr", "@wearethewalkers\_tr" "@xiletisim" "@avalanche\_ice", "@hypetfashion", "@komili.zeytinyagi", "@divanistanbul" @jwmarriotistanbulbosphorus", "@whimsy.360" şeklinde marka ve işletmelerin resmi hesaplarının etiketlendiği,

30.10.2022 tarihinde yapılan paylaşımda; "@jwmarriotistanbulbosphorus", "@whimsy.360" şeklinde işletmelerin resmi hesaplarının etiketlendiği,

27.10.2022 tarihinde yapılan paylaşımda; "*Geri döndüğün için çok mutluyum: Cipriani*" ifadeleri ile birlikte "@cipriani\_istanbul" şeklinde işletmenin resmi hesabının etiketlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “ahmetfaik” 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 **Ahmet Faik KARANİS** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No:** **2022/5738**

**Şikayet Edilen: Rachel ARAZ KİRESEPİ**

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

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “rachelaraz" isimli Instagram hesabından yapılan;

29.11.2022 tarihli hikaye paylaşımında "@magnetquarterly X @yslbeauty x Rachel (moi) Başlıyoruz" ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

27.11.2022 tarihli video paylaşımında; "@ysl" markasının resmi hesabının etiketlendiği,

22.11.2022 tarihli video paylaşımında; "*En yakın Japon arkadaşımızın doğumgünün Instagram'dan kutlamayalım mı yani? Japonya'nın 1 numarlaı cilt bakım markası, benim de senelerdir hayatımda çok önemli bir yeri olan @shiseido 150. yaşını kutluyor. İyi ki doğmuş daJapon güzellik ritüelini bizimle tanıştırmış. Cildime daha da yakından bakmak isterseniz oynatın bakalım @shiseido @makyajtrendi #Shiseido150Anniversary*" ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

21.11.2022 tarihli paylaşımda; "*Kalbim küt, gözyaşım hala pıt. Rachel Araz x Koton koleksiyonuyla 4. ödülümüzü aldık. Rachel Araz x Koton Virtual Runway x ME projemiz, Media Felis Yaratıcı İnfluencer Kullanımı 1.liği aldı. Bana bu yolda eşlik eden size ve hayallerimin gerçekleşmesini sağlayan tüm yol arkadaşlarıma çok çok çok teşekkür ederim. İyikilerce, iyikilere*" ifadelerine ve fotoğraf üzerine "@koton", "@mediacatfelis", "@me\_metaagency" etiketlerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “rachelaraz” 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 **Rachel ARAZ KİRESEPİ** 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.

**12)**

**Dosya No:** **2022/5739**

**Şikayet Edilen: Sibil ÇETİNKAYA**

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

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “ahmetfaik" isimli Instagram hesabından yapılan;

04.12.2022 tarihli paylaşımda "@twistturkiye" etiketine yer verildiği,

03.12.2022 tarihli paylaşımda; "@messikajewelry", "@quadranluxurytimepieces", "@twistturkiye" , "@cultgaia", "@zuleyhakuru", "@jacquemus" etiketlerine yer verildiği,

02.12.2022 tarihli paylaşımda; "@zuleyhakuru" ,@messikajewelry" etiketlerine yer verildiği,

01.12.2022 tarihli paylaşımda; "*Tonight fot @youtube Çok güzel bir gece. Nasıl olmuşum nasıl olmuşum Make up: @huseyinkaygsuz Hair: @kaankahramann\_ Elbisem: @zuleyhakuru*" ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

30.11.2022 tarihli paylaşımda; "@prada", @khaite\_ny", "@jomalonelondon", "@chanelofficial", etiketlerine yer verildiği,

30.11.2022 tarihli bir diğer paylaşımda; "*Anlık ben. Nasıl olmuşum? Ready to party diyebiliriz. Üstümdekilerin nereden olduğu malum*" ifadelerine ve "@twistturkiye" etiketine yer verildiği,

29.11.2022 tarihli paylaşımda; "@fendi" etiketine yer verildiği,

26.11.2022 tarihli paylaşımda; "*Saturday night kombini değilde nedir? Bu akşam pijama parti modumusunuz yoksa hakkaten partilemece mi* " ifadelerine ve "@twistturkiye" etiketine yer verildiği,

24.11.2022 tarihli paylaşımda; "@the\_attico", "@twistturkiye", "@rafflesistanbul" etiketlerine yer verildiği,

19.11.2022 tarihli paylaşımda; *"İyi bakın çünkü arkamda gördüğünüz manzara sizin sayenizde. Siz olmasanız olmazdı. Asla olamazdı. Daha yeni başlıyoruz. #twistparty online ve mağazalarda satışta"* ifadelerine ve "@twistturkiye" etiketine yer verildiği,

17.11.2022 tarihli paylaşımda; "@lulemon", "@supremenewyork", "@isabelmarant", "@chanelofficial" etiketlerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “sibilcetinkaya” 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 **Sibil ÇETİNKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No:** **2022/5740**

**Şikayet Edilen: Ece VAHAPOĞLU ALPAY**

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

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “ecevahapoglu" isimli Instagram hesabından yapılan;

05.12.2022 tarihli paylaşımda; "*Çocuk doğumgünleri detaylıdır bilirsiniz. Hayallerimizi hayata geçirenlere teşekkürlerim var; Organizasyon & süsleme:* @ellaevents *Mekan:* @gymboreeulus *Catering:* @misafirliq *Cupcakes:* @pastadile*\_ Fotoğraf:* @saadettanriseverphotography*"* ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

03.12.2022 tarihli paylaşımda; "@kukileta" ile "@chakratr" etiketlerine yer verildiği,

30.11.2022 tarihli paylaşımda; "*Muhteşem bir ortamda yoga yaptığımız daveti host etmek bir yana,* @fsbosphorus'*tan özel tekne ile* @fsbosphorus*‘e güzel İstanbul Boğazı eşliğinde geçmek, tarihi yarımadadaki simge otelin terasında huzur ve enerji ile spor yapmak, executive* @chefozgurustun*‘ün sağlıklı ve lezzetli seçkin ikramlarından tatmak ve en önemlisi güzel enerjili arkadaşlarımla etkileyici bir görsel şölenin içinde bir arada olmak harikaydı. Tadı damağımızda kalan özel bir günden"* ifadelerine ve "@fsbosphorus,@fsbosphorus,@chefozgurustun"etiketlerine yer verildiği,

23.11.2022 tarihli paylaşımda; "*Çocukla oyun deyip geçme; o atölyelerin içinden neler geliştirip çıkıyorlar. İlk 2-3 yaş bir insanın temelleri atılıyor ve bu süreçte her adım çok değerli. Bugün oğlum Efe ile birlikte önce spor yaptık; sonra çiftlikte yer alan hayvanların resimlerini yaptık; daha doğrusu tüm özgür fırça darbeleriyle o yaptı. Bu sayede hayal gücünü kullanarak ince ve kaba motor becerilerini geliştirmeye keşfederek devam etti. Renklerin nasıl birleştiğini ve nasıl fırça ile sürüldüğünü yine deneyimledi; zaten oyuncak arabaları kadar sanatı da seviyor şükür. Güvendiğim, sistemini uzun zamandır severek takip ettiğim aktiviteli oyun grubu ve atölyeler için her zaman içime sinen harika yer @gymboreeatasehir ‘de işinde uzman öğretmenlerle harika bir gün geçirdik. Özellikle Anadolu Yakası’na oturanlar için güvenle tavsiye edebileceğim bir anne önerisi"* ifadelerine ve "@gymboreeatasehir"etiketine yer verildiği,

20.11.2022 tarihli video paylaşımında; "*Dünya turizminin nabzı İstanbul’da attı. Her yıl bir ülkede gerçekleşen ve başından beri sunuculuğunu kıtalararası çeşitli şehirlerde yaptığım uluslararası* @sevenstaraward *ödül töreni 10.yılında Türkiye’deydi ve bu özel gala gecesini sunmaktan gurur duydum. Uzakdoğu’dan Afrika’ya, Avrupa’dan Amerika’ya pek çok lüks otel ve turizm hizmet sektörü yöneticilerinin buluştuğu töreni İngilizce sundum; ama ülkemizin adını artık ‘Turkey’ değil; ‘Türkiye’ olarak söyledim. Ödül alan herkesi tebrik ediyor ve nice başarılı dolu buluşmalara diyorum. Elbisem:* @rasitbagzibagli *Mücevher:* @barokdiamond *Saç & Makyaj:* @garagehairrepairstudio" ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “ecevahapoglu” 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 **Ece VAHAPOĞLU ALPAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No:** **2022/5741**

**Şikayet Edilen: Münhan ÇINAR**

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

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “munhancinar" isimli Instagram hesabından yapılan;

07.12.2022 tarihli paylaşımlarda; "@zara, @zarastreetstyle" ,"tuttozarandco", "@ysl" etiketlerine yer verildiği,

02.12.2022 tarihli paylaşımda; "@ysl" etiketine yer verildiği,

29.11.2022 tarihli paylaşımda; "*Olmuş muyumdur? @dogankopal ellerine sağlık @mmbahceci*k" ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

29.11.2022 tarihli paylaşımda; "*En sevdiğim*" ifadesine ve "@celine" etikeTine yer verildiği,

27.11.2022 tarihli paylaşımda; "@zara" etiketine yer verildiği,

25.11.2022 tarihli paylaşımda; "@hm", "@zara", "@alitsa\_kids" etiketlerine yer verildiği,

20.11.2022 tarihli paylaşımlarda; "@pastaminna" ile "@selvafilm" etiketlerine yer verildiği,

19.11.2022 tarihli paylaşımda; "@newbottega", "@newbalance" etiketlerine yer verildiği,

16.11.2022 tarihli video paylaşımında; "*Bugün* @yatasbedding *ile davetimizde birçok anneye ve minik kalbe dokunacak bir gelişmeyi dinledik. Türkiye’nin sağlıklı uyku denildiğinde ilk akla gelen markalardan biri olan Yataş Bedding, prematüre bebeklerin sağlıkla büyümesine destek olmak için El Bebek Gül Bebek Derneği* @prematurebebek *ile güçlerini birleştirdi. Yataş Bedding, derneğe maddi desteğin yanı sıra nest ve kuvöz örtüsü üretimi için kumaş ve anne-bebek uyum odaları için JunoYeni Doğan Bebek Yatağı bağışında bulundu. Mini Kahramanlar daha rahat büyüsün diye Yataş’ın bu projesini tebrik ederim, dinlerken içimizi ısıtan bir proje oldu. Emeği geçen herkese ve katılan tüm arkadaşlarımıza teşekkür ederim. Tüm prematüre annelere ve mini kahramanlarına sevgiyle #uykununmucizesi"* ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

Diğer taraftan, 07.12.2022 tarihli hikaye kısmında yayınlanan video ve fotoğraf paylaşımlarında; "*Kars'ta kahvaltı diyince peynirlerce tabi. Otelimizin kahvaltısı* @hotelcheltikov @carrefoursa @jackliveshere\_tr*" ve "*@carrefoursa @jackliveshere\_tr *#simdidegilsenezaman #karscarrefoursada"* ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “munhancinar” 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 **Münhan ÇINAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No:** **2022/5742**

**Şikayet Edilen: Dila TARKAN DOĞRUER**

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

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Instagram)

**Tespitler:** Şahsa ait “dilatarkan" isimli Instagram hesabından yapılan;

03.12.2022 tarihli paylaşımda; "@sportmax" ," @dilasimagroup"" etiketlerine yer verildiği,

24.11.2022 tarihli paylaşımda; "@lespetitsjoueurs", "@maxandco", "@dilasimagroup" etiketlerine yer verildiği,

21.11.2022 tarihli paylaşımda; *"Bugün davetimize gelen herkese çok teşekkür ederiz. Hala bakmadıysanız mutlaka @pawderapp e bir göz atın."* ifadelerine ve "@pawderapp" etiketine yer verildiği,

20.11.2022 tarihli paylaşımda; "@burberry", "@maxandco", "@dilasimagroup" ,""@furla" etiketlerine yer verildiği,

19.11.2022 tarihli paylaşımda; "@celine", "@nocturne", "@bulgari" etiketlerine yer verildiği,

18.11.2022 tarihli paylaşımda; "@marella\_official", "@dior", "@hendersonbaracco\_official" ve "@vetrinaturkiye" etiketlerine yer verildiği,

16.11.2022 tarihli paylaşımda; "@chanelofficial", "@furla" etiketlerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahsa ait “dilatarkan” 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 **Dila TARKAN DOĞRUER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**16)**

**Dosya No: 2022/5541**

**Şikayet Edilen: Türkiye Garanti Bankası A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Banka tarafından tüketicilere e-posta ile gönderilen *“Bonus Diji’yle ilk e-ticaret harcamanızın yarısı kadar bonus kazanın!”* başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02-31 Aralık 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Elektronik Posta, Diğer

**Tespitler:** Tüketiciye gönderilen e-posta başlığında *“Bonus Diji’yle ilk e-ticaret harcamanızın yarısı kadar bonus kazanın!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, *“Bonus Diji’yle ilk e-ticaret harcamanızın yarısı kadar bonus kazanın!”* başlıklı reklamlarda, tanıtımı yapılan kampanyada bonus tutarının 50 TL ile sınırlı olduğu bilgisine e-posta içeriğinde yer verildiği, başvuru sahibi tüketici tarafından gönderilen reklam örneğinin eksik olduğu, söz konusu kampanya tanıtımına ilişkin sunulan reklamlarda herhangi bir yanıltıcılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple, şikayete konu 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.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**17)**

**Dosya No: 2022/4024**

**Şikayet Edilen:** **Alya Dış Ticaret Alya Simin Gürsu**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde“Alya Simin”mağaza adı ile satışa sunulan“Stayve Ac Stem Cell Gold Ampül Akne ve Sivilce Giderici Pürüzsüzleştirici Tekli Flakon”isimli ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/stayve-ac-stem-cell-gold-ampul-akne-ve-sivilce-giderici-puruzsuzlestirici-tekli-flakon-p-HBV00000KPF1V adresli internet sitesinin 02.09.2022 tarihli görünümünde; “*Akne ve Sivilce Giderici (…) Yağlı ve problemli ciltlerde, sivilce ve akne tedavisinde etkili sonuçlar sağlar. Akne sivilceleri hızlı ve kalıcı şekilde gidermekle kalmaz, aynı zamanda ciltteki izlerini de 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 **Alya Dış Ticaret Alya Simin Gürsu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2022/4817**

**Şikayet Edilen: Elif Merve DENİZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde “Dnzkozmetik” mağaza adı ile satışa sunulan “Prreti Süt Özlü Cilt Beyazlatıcı Krem” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://trendyol.com/prreti/sut-ozlu-cilt-beyazlatici-aninda-beyazlatici-etki-krem-50ml-p-1182 67415?boutiqueld=61&merchantId=180393 adresli internet sitesinin 19.12.2022 tarihli görünümünde; *“Anında Beyazlatıcı Etki”* ifadesi ile anılan ürünün kullanımı sonucu cildin renk tonunun açıldığına 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 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 **Elif Merve DENİZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No:** **2022/3434**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Justin Beauty" isimli hesap üzerinden yayınlanan “Benton Fermentation Eye Cream - Fermente & Premium İçerikli Göz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Justin Beauty" isimli hesap üzerinden yayınlanan “Benton Fermentation Eye Cream - Fermente & Premium İçerikli Göz Kremi” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... ince çizgi ve kırışıklık tedavisinde etkilidir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik 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 **Justin Beauty Kozmetik Ürünleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No:** **2022/3435**

**Şikayet Edilen: Evly Pharma Kozmetik Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "The Purest Solutions" isimli hesap üzerinden yayınlanan “Bha %2 Oil Control Toner & Siyah Nokta Hedefli, Yağlanma, Gözenek Dengeleyici Tonik ” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... cildi lekelerden arındırırken ve cildi pürüzsüzleştirirken yeni hücre büyümesini teşvik eder"* ifadelerine, "Leke Önlemeye Yardımcı Aydınlatıcı ve Gözenek Sıkılaştırmayı Hedefleyen Cilt Bakım Seti" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Hamilelik lekesi. Akne lekesi. Yaşlılık lekeleri. Güneş lekesi. Akne ve akne skarlı ciltler."* ifadelerine, "The Purest Solutions Vita-b Complex" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*;"Anti-inflamatuar aktivitesi sayesinde cilt kızarıklığını azaltır ve nemli bir cilt için bariyer fonksiyonunu geri kazandırır."* 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 **Evly Pharma Kozmetik Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No:** **2022/3436**

**Şikayet Edilen: Nedox Kozmetik İlaç Gıda Takviyeleri Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "NEDOX" isimli hesap üzerinden yayınlanan “Nedox Kırmızı Serum” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... ciltteki lekelerin giderilmesinde etkilidir."* ifadelerine, "Nedox Tırnak Bakım Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Tırnak mantarı problemine pratik çözüm. Ayakta oluşan kötü koku ve mantarı yok eder. Mantarlı bölgede oluşan cilt hasarını ve kaşıntıyı engeller. Bulaşıcı etkisini azaltır ve derinizde mantar üremesini önler. Tırnakta bakteri oluşumunu engeller."* ifadelerine, "NEDOX İnceltici, Sıkılaştırıcı, Selülit Giderici, Vücut Şekillendirici Jel" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"İnceltici. Selülit giderici."* 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 **Nedox Kozmetik İlaç Gıda Takviyeleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No:** **2022/3437**

**Şikayet Edilen: Medi Sun Sağlık Ürünleri Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "MEDİCOM" isimli hesap üzerinden yayınlanan “Koçlar Xeragel Yara Izi Giderici Jel Krem Sivilce, Yara, Yanık” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "MEDİCOM" isimli hesap üzerinden yayınlanan "Koçlar Xeragel Yara Izi Giderici Jel Krem Sivilce, Yara, Yanık" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... yara izi giderici, yara, yanık,"* 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 **Medi Sun Sağlık Ürünleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No:** **2022/3439**

**Şikayet Edilen: Wiosen Kozmetik Ürünleri Pazarlama Sanayi Ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "WİOSEN"isimli hesap üzerinden yayınlanan "Soğuk Lipoliz Jel Professional Bölgesel İncelme/Yağ Parçalamada Etkili" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Bölgesel incelme, yağ parçalamada etkili."* ifadelerine, "Wiosen Cilt Ve Güneş Lekeleri Kremi 150 ml Leke Karşıtı Bakım Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Güneşten oluşan lekeler, sivilce lekeleri, yara izleri, kararma lekeleri, doğum sonrası oluşan lekeler yani kısacası vücutta oluşan tüm lekeleri gidermede en büyük yardımcınız. Çillerin görünümünün azaltılmasına yardımcı olur."* ifadelerine, "Wiosen Selülit Ve Çatlak Bakım Yağı 12 Yağ İçeren Özel Formül" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vücuttaki selülitleri, sarkmaları ve doğum sonrası çatlaklarını gidermesine yardımcı olur. Kullanılan bölgelerde yağ yakmasına yardımcı olur."*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik 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 **Wiosen Kozmetik Ürünleri Pazarlama Sanayi Ve Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No:** **2022/3515**

**Şikayet Edilen: Ferhat BAYHAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.trendyol.com adresli internet sitesinde şahsa ait "Roesıa Rose Cosmetics "isimli hesap üzerinden yayınlanan "Roesia Rose Cilt Kusursuzlaştırıcı Akne, Sivilce Ve Krem"isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Güneş lekeleri, kloazma (gebelik lekeleri) ve yaşlılık lekelerinin giderilmesinde kullanılır.Yara,yanık ve ameliyat izlerinin giderilmesinde kullanılır."* ifadelerine, "Roesia Rose Cilt Kusursuzlaştırıcı Akne, Sivilce Ve Krem" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Yüzde güneş, yaşlanma, gebelik ya da enflamasyon sonrası oluşan lekelerin görünümünü azaltmaya koyu renkli lekelerin görünümünü ve dağılımını azaltarak cilt tonunuzu eşitlemeye destek olur."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

**25)**

**Dosya No:** **2022/3518**

**Şikayet Edilen: Tura Kozmetik Ve Kimya Dış Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Topaxx" isimli hesap üzerinden yayınlanan "Topaxx Sivilce Akne Karşıtı" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“... sivilcelere elveda"* ifadelerine, "Topaxx Yaşlanma Ve Kırışıklık Giderici Nemlendirici Yüz Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"... kırışıklık giderici"* ifadelerine, "Topaxx Akne Sivilce Karşıtı Krem 50 Ml+ Yağlı Sivilceli Ciltler İçin Arındırıcı Tonik" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"... sivilce görünümünün giderilmesinde etkilidir. Sivilce, sivilce lekeleri ve siyah noktaları gidermek için Topaxx Sivilce Karşıtı Krem ile birlikte kullanılması önerilir.”* 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 **Tura Kozmetik Ve Kimya Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No:** **2022/4025**

**Şikayet Edilen: Ece Kozmetik İtriyat Sanayi Ticaret Pazarlama Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde"Ekomarket" isimli hesap üzerinden yayınlanan "LR Sağlık ve Güzellik LR Microsilver Plus Yüz Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Ekomarket"isimli hesap üzerinden yayınlanan "LR Sağlık ve Güzellik LR Microsilver Plus Yüz Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Nokta ve sivilce tedavi. Siyah nokta ve sivilce tedavi. Saf gümüşün anti bakteriyel bir madde olması, bu ürün serisinin özellikle anti bakteriyel destek ve tedavi alanlarında kullanılmasına olanak sağlar. İltihap önleyici etki yapar. Anti bakteriyel yüz kremi. Her gün bir kez uygulanarak Kasım 2010 tarihinde 6 haftalık bir süre zarfında yağlı cilt tipine sahip, 16-24 yaşlarında 20 kişide Dermatest Gmbh tarafından test edilmiştir. Bu testler sonucunda: akneli cilt görünümünde belirgin iyileşme ..."*  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 **Ece Kozmetik İtriyat Sanayi Ticaret Pazarlama Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No:** **2022/4039**

**Şikayet Edilen: Contech İnşaat Taahhüt İthalat İhracat Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "HAYEJİN" isimli hesap üzerinden yayınlanan "Rice Bran Oil For Body" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Hasarlı cildi onarır."* ifadelerine, "Hayejin Blessing Of Sprout Wrinkle Away Eye Cream" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Kırışıklıkları azaltır."* ifadelerine, "Anti Aging Kırışık Giderici Canlandırıcı Aydınlatıcı Kağıt Maske" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kırışıklık giderici."* 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 **Contech İnşaat Taahhüt İthalat İhracat Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No:** **2022/4040**

**Şikayet Edilen: Tikatti Kozmetik Sanayi Ve Ticaret İhracat İthalat Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Tikatti Kozmetik"isimli hesap üzerinden yayınlanan "Sword & Shield Karınca Yumurtası Yağı" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"İstenmeyen tüylere geleneksel çözüm.İlk seans sonrasında tüylerinizin belirgin bir şekilde azaldığını fark edeceksiniz."* ifadelerine, "Sword & Shield S&s Üzümlü Saç Bakım Yağı - Saç Uzatan Yağ" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Saç uzatan yağ.S&S saç bakım yağını düzenli kullanımıyla bir ayın sonunda saçınızın daha hızlı uzadığı ve daha güçlü bir yapıya ulaştığını göreceksiniz."* 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 **Tikatti Kozmetik Sanayi Ve Ticaret İhracat İthalat Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No:** **2022/4500**

**Şikayet Edilen: Levent Yılmaz Petrol Ürünleri İnş. Turz. Kozmetik San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait kozmetik ürün reyonunda yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer/Çeşitli

**Tespitler**: Firmaya ait kozmetik ürün reyonunda yer alan; "Tuz Gölü Mineralli Masaj Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Ağrı kremi. Eklem ağrısı, boyun ağrısı, kas ağrısı, bel ağrısı, romatizma ağrılarına son."* ifadelerine, Tuz Gölü Varis Kremi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Varisi bitirin."* ifadelerine, "Tuz Gölü Egzama Seti" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tuz Gölü egzama seti ile egzamaya son verin."* ifadelerine, "Crema Para Manchas" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Güneş, doğum ve sivilce lekelerine son verin."* ifadelerine, "Tuz Gölü Mineralli Migren Tuzu" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Migren, sinüzit ve baş ağrılarına son verin."* 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 **Levent Yılmaz Petrol Ürünleri İnş. Turz. Kozmetik San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No:** **2022/4810**

**Şikayet Edilen: Omsan Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.trendyol.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Umutcan Kozmetik" isimli hesap üzerinden yayınlanan "Halvey Cilt Beyazlatıcı Krem" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, ürünün kullanımı sonucu ciltte kalıcı beyazlık sağlanacağına ilişkin görüntülere 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 **Omsan Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No:** **2022/5415**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Pantene Pro-V Miracle Serum" ve "Pantene Pro-V Aqua Light Saç Bakım Kremi" isimli ürünlere ilişkin olarak ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler**: Firmaya ait "Pantene Pro-V Aqua Light Saç Bakım Kremi" isimli ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *" ... içten onarım yapmak için köke nüfuz eder. İnce saçları güçlendirmeye yardımcı olur."* ifadelerine, "Pantene Pro-V Miracle Serum" isimli ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *"Yıpranan saçlarını köküne kadar onarmak için besleyici maddeler içeren serum. İçten onarım yapmak için köke nüfuz eder. Gözle görülür yıpranmayı\* saçlarını ağırlaştırmadan 1 kullanımda onarmaya yardımcı olur. \* saç yüzeyi yıpranmasından yumuşaklığa"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Pantene Pro-V Aqua Light Saç Bakım Kremi" ve "Pantene Pro-V Miracle Serum" isimli ürün ambalajlarında yer verilen ifadelerinin doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**32)**

**Dosya No:** **2022/5593**

**Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Türk Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cif Krem Sprey” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajlarında ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.02.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Televizyon

**Tespitler**: Firmaya ait **“**Cif Krem Sprey” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajlarında ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan tanıtımlarda; *"Sadece sık ve sil. Ocak, fırın, mangal, davlumbaz, buzdolabı, banyo, lavabo, duşa kabin, fayans arası, tuvalet, motosiklet jantları, koltuk kumaşı gibi yüzeylerde zorlu kirleri ve lekeleri söker atar. Yağ, kir, kireç, pas lekelerini %100 çıkarır."*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait **“**Cif Krem Sprey” isimli ürüne ilişkin ürün ambalajlarında ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan tanıtımlarda; *"Yağ, kir, kireç, pas lekelerini %100 çıkarır."* ifadelerine yer verildiği ancak söz konusu ifadeler ile ürünün muhtelif yüzeylerde bulunan tüm yağ, kir, kireç, pas lekelerini tamamen çıkardığı algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**33)**

**Dosya No:** **2022/5594**

**Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Türk Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Cif Bebek Çok Amaçlı Yüzey Temizleyici” isimli ürüne ilişkin www.cif.com.tr adresli internet sitesi ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler**:“Cif Bebek Çok Amaçlı Yüzey Temizleyici**”** isimli ürüne ilişkin firmaya ait www.cif.com.r adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *"Cif Bebek Serisi; fosfat, boya, paraben, alkol içermiyor ve içerisindeki temizleyiciler gücünü %100 doğal kaynaklı temizleyicilerden alıyor. Dermatolojik olarak test edilen Cif Bebek ürünleri serisi, ebeveynlerin bebekleri için aradığı hassas temizlik ihtiyacına cevap veriyor. Cif Bebek Çok Amaçlı Yüzey Temizleyici; bebeklerin temas ettiği zeminlerde güvenle temizlik sağlıyor. İçerisindeki temizleyiciler gücünü %100 doğal kaynaklı temizleyicilerden alıyor. Doğal içeriğiyle bebeğinizin sık temas ettiği tüm yüzeylerde güvenle kullanabilirsiniz."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; **“**Cif Bebek Çok Amaçlı Yüzey Temizleyici**”** isimli ürüne ilişkin firmaya ait www.cif.com.r adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *"... içerisindeki temizleyiciler gücünü %100 doğal kaynaklı temizleyicilerden alıyor. Cif Bebek Çok Amaçlı Yüzey Temizleyici; bebeklerin temas ettiği zeminlerde güvenle temizlik sağlıyor. İçerisindeki temizleyiciler gücünü %100 doğal kaynaklı temizleyicilerden alıyor. Doğal içeriğiyle bebeğinizin sık temas ettiği tüm yüzeylerde güvenle kullanabilirsiniz."* ifadelerine yer verildiği ancak tanıtımlarda yer verilen iddiaların ispatına ilişkin olarak sunulan belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**34)**

**Dosya No: 2022/4078**

**Şikayet Edilen:** **Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam** “Selpak Extra Antibakteriyel Koruma Kalkanı Tuvalet Kağıdı” isimli ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.07.2022, 26.09.2022

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

**Tespitler:** Fox Tv logolu televizyon kanalında 01.07.2022 tarihinde yayınlanan reklamlarda; *“Teşekkürler, fil! Ama bu yere düştü, mikrop olmamış mıdır? Ürün yüzeyinde bakteri oluşumunu %99 önleyen tuvalet kağıdı Selpak Extra Antibakteriyel koruma kalkanı. (…)Ekstra hijyene ihtiyaç duyduğun her an en iyisi Selpak kullan.”* ifadeleri ile *“Bakteri oluşumunu %99\* Önler.”*, *“Sıçrama. Hava Temas”* ve *“Bahçeşehir Üniversitesi Etkinliğini Onaylıyor.”* ibarelerine, alt yazı metninde ise *“Ürün içeriğinde bulunan aktif madde; test edilen Escherichia coli ATCC 25922’ ye ve Staphylococcus aureus ATCC 6538’e karşı etkilidir. Bağımsız araştırma kuruluşları tarafından test edilmiştir. Dermatolojik olarak test edilmiştir.”* ifadelerine,

İnceleme konusu ürün ambalajında; *“İşlenmiş eşya kapsamında bulunan Selpak Extra Antibakteriyel Koruma Kalkanı Tuvalet Kağıdı’nın yüzeyi, test edilen bakterilerden korunma amaçlı olarak antibakteriyel ürün ile işleme tabi tutulmuştur. Selpak Extra Antibakteriyel Koruma Kalkanı Tuvalet Kağıdı yüzeyinde bakteri tutmasını %99 engelleyerek kendini korur. (…)Dermatolojik olarak test edilmiştir. (…)Biyosidal ürünle işlenmiş tuvalet kağıdının normal koşullarda raf ömrü 2 (24 ay) yıldır.(…)Biyosidal işlenmiş eşya kapsamında kullanılan aktif maddenin adı Cas no 27668-52-6 Dimethyloctadecyl [3-(trimethoxysilul)propyl]ammonium chloride aktif maddeli ve ruhsat tarihi 11.02.2021 ve 2021/38 sayılı ruhsatlı biyosidal ürün kullanılarak biyosidal işlenmiş eşya olarak imal edilmiştir. (…)Mantar, bakteri oluşumunu ve virüslerin yüzeye tutunmasını engellemek amacıyla ruhsat tarihi ruhsat tarihi 11.02.2021 ve 2021/38 olan Dimethyloctadecyl [3-(trimethoxysilul)propyl]amoonium chloride biyosidal ürün ile işleme tabi tutulmuştur. Ürün; bakterilere karşı etkin koruma sağlayan kaplama yapılarak biyosidal işlenmiş eşya olarak imal edilmiştir. Ürün içeriğinde bulunan aktif madde; test edilen Escherichia coli ATCC 25922’ ye ve Staphylococcus aureus ATCC 6538’e karşı etkilidir.\* Ürünün, çevre ve insan sağlığına karşı herhangi bir yan etkisi yoktur. \*Bağımsız araştırma kuruluşları tarafından test edilmiştir.”* ifadelerine,

https://www.selpak.com.tr/extra-tuvalet-kagidi.aspx adresli internet sitesinin 26.09.2022 tarihli görünümünde; *“Ürün yüzeyinde bakteri oluşumunu %99\* önler! Selpak Extra Antibakteriyel Koruma Kalkanı Tuvalet Kağıdı, temas, sıçrama ve hava kaynaklı oluşan bakterilerin ürün yüzeyinde tutunmasını %99\* engelleyerek kendini korur. Selpak Extra Antibakteriyel Koruma Kalkanı Tuvalet Kağıdı günlük kullanıma uygundur. Ürünün, çevre ve insan sağlığına karşı herhangi bir yan etkisi yoktur. Selpak Extra Antibakteriyel Koruma Kalkanı Tuvalet Kağıdı dermatolojik olarak test edilmiştir \*Ürün içeriğinde bulunan aktif madde; test edilen Escherichia coli ATCC 25922’ ye ve Staphylococcus aureus ATCC 6538’e karşı etkilidir. Bağımsız araştırma kuruluşları tarafından test edilmiştir. Dermatolojik olarak test edilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürün ambalajında *“Mantar, bakteri oluşumunu ve virüslerin yüzeye tutunmasını engellemek amacıyla, (…) biyosidal ürün ile işleme tabi tutulmuştur.”* ifadesine yer verildiği, ancak söz konusu ürünün bakteriler dışında mantar ve virüslere karşı da etkili olduğu iddiasının antibakteriyel aktivite haricinde antifungal ve virüsidal aktiviteye yönelik spesifik testler ile ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, ürün ambalajında *“ruhsat sahibinin adı”* şeklindeki bilgiye yer verilerek söz konusu ürünün Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlı biyosidal ürün olduğu algısı yaratıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**35)**

**Dosya No: 2022/5289**

**Şikayet Edilen:** **Loreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “CeraVe Nemlendirici Krem” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.02.2022, 08.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** Star Tv logolu televizyon kanalında 16.02.2022 tarihinde yayınlanan ve firmaya ait “CeraVe Türkiye” isimli Youtube kanalının 08.12.2022 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda; *“Merhaba ben senin kuruyan cildinim. Yüz ve vücudum için CeraVe Nemlendirici Krem’deki seramidlere ihtiyacım var. CeraVe koruyucu bariyerimi onarmaya yardımcı oluyor. Gün boyu nem sağlıyor. Cildin kurur, CeraVe korur. Dermatologlarla geliştirildi.”*, *“Onarmaya Yardımcı”*, *“24 Saat\* Nemlendirme \*Instrumental test”* ve *“#1 Amerika’daki Dermatologların 1 numaralı tavsiyesi\*\*”* ifadeleri ile birlikte altyazı metninde *“\*\*Aralık 2021 tarihinde sona eren vücut nemlendiricisi kategorisi IQVIA araştırma sonuçları esas alınmıştır. \*\*\*Ürün, dermatologlar tarafından belirtilen bilgi ve ihtiyaçlar esas alınarak geliştirilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda yer alan *“koruyucu bariyerimi onarmaya yardımcı oluyor”* ifadesinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşmadığı, diğer taraftan *“Onarmaya Yardımcı. 24 Saat Nemlendirme. Dermatologlarla geliştirildi. Amerika’daki Dermatologların 1 numaralı tavsiyesi”* iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı değerlendirilmiş olup,

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

**36)**

**Dosya No: 2022/5405**

**Şikayet Edilen:** **Hayat Kimya San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam** “Bingo Giysi Şampuanı 4x4 Bakım Arındırıcı Etki” ve “Bingo Giysi Şampuanı 4x4 Bakım Canlandırıcı Etki” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Bingo Giysi Şampuanı 4x4 Bakım Arındırıcı Etki” isimli ürün ambalajlarında; *“Micellar keratin komplexi. Giysilerin ömrünü 2 kata kadar uzatır\*. \*Diğer rakip deterjana göre (…)Derin bakım sağlar. Yoğun parlaklık verir. Yıpranmalara karşı korur. Arındırıcı etki. Tüm renk ve kumaşlar için.”* ifadelerine,

“Bingo Giysi Şampuanı 4x4 Bakım Canlandırıcı Etki” isimli ürün ambalajlarında ise; *“Micellar keratin komplexi. Giysilerin ömrünü 2 kata kadar uzatır\*. \*Diğer rakip deterjana göre. (…)Canlandırır\*\*. \*\*Çamaşırlarda tüylenme nedeniyle matlaşmış renkleri canlandırır. (…)Yoğun parlaklık verir. Yıpranmalara karşı korur. Tüm renk ve kumaşlar için.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda yer alan *“Giysilerin ömrünü 2 kata kadar uzatır”* iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan karşılaştırmalı performans testinde; “Tüm renk ve kumaşlara” yönelik olarak tanıtılan “Bingo Giysi Şampuanı” ürünlerinin, “siyahlara özel” ve “renklilere özel” rakip sıvı deterjan ürünleri ile karşılaştırıldığı, ancak testin sadece %100 pamuklu beyaz kumaş üzerinde gerçekleştirildiği, bu nedenle anılan test raporunun söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz kaldığı,

Bununla birlikte, tanıtımlarda yer alan “*Derin bakım sağlar. Yoğun parlaklık verir. Yıpranmalara karşı korur. Arındırıcı etki. Canlandırır.”* şeklindeki iddiaların ispatına ilişkin olarak sunulan enzim tedarikçisi beyanının, hammaddeye ilişkin özelliklerin tanıtıldığı ve bilimsel geçerliliği olmayan bir katalog niteliğinde olduğu; firma tarafından gerçekleştirilen test sonuçlarının ise görsel tespit üzerine yapılan sübjektif değerlendirmelere dayandığı, bu nedenlerle anılan belge ve test raporlarının söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**37)**

**Dosya No: 2022/5544**

**Şikayet Edilen:** **Unilever San. ve Tic. Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Omo Active Oxygen Sıvı Deterjan” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Omo Active Oxygen Sıvı Deterjan” isimli ürün ambalajlarında “Active Oxygen” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürün ambalajlarında yer alan “Active Oxygen” ifadesinin 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.

**38)**

**Dosya No: 2022/5613**

**Şikayet Edilen:** **Hayat Kimya San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Familia Plus 32 Rulo Tuvalet Kağıdı” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Familia Plus 32 Rulo Tuvalet Kağıdı” isimli ürün ambalajlarında; *“Daha Dolgun\*\*Bir önceki Familia Plus tuvalet kağıdı ürününe göre”* ve *“Daha Uzun Süre Kullanım\*\*“\*\*IPSOS Mayıs 2022 tüketici araştırması sonuçlarına göre, ürünü deneyen 10 kişiden 9'u Familia Plus ürününü daha uzun süre kullandığını belirtmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu ürün ambalajlarında yer alan *“Daha Dolgun”* ve *“Daha Uzun Süre Kullanım”* iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı değerlendirilmiş olup,

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

**SAĞLIK**

**39)**

**Dosya No: 2022/2835**

**Şikayet Edilen: Dental Park Kayseri Özel Sağ. Hiz. San. Ve Tic. A. Ş. (Dental Park Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Kayseri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kayseri İlinde ağız ve diş sağlığı hizmeti sunan ve "Dentalpark" ismiyle faaliyet gösteren sağlık kuruluşunun açmış olduğu stant ve bu stantların önünde yer alan açık hava reklamları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Stant (Açık hava)

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, hasta görselleri içeren afişler yayımlandığı, hasta yönlendirmesi yapmak amacıyla açılan stantların önünde yer alan açık hava reklamlarında *"Sağlıklı DİŞLER Özgürce GÜLÜŞLER"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan ve "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**-** Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in24 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 **Dental Park Kayseri Özel Sağ. Hiz. San. ve Tic. A.Ş. (Dental Park Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Kayseri)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2022/2909**

**Şikayet Edilen: Fatma Canan AYAN SÖNMEZ (Cananla Doğal Güzellik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://cananladogalguzellik.com/ URL adresli internet sitesinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında "cananladogalguzellik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.06.2022, 21.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Sosyal Medya)

**Tespitler****:** İnceleme konusu tanıtımların 20.06.2022 ve 21.07.2022 tarihli görünümlerinde, *"Babylips (iğnesiz dudak dolgusu), scar/akne izi / ameliyat izi / yağ bezesi tedavisi, somon dna"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, bu işlemlerin uygulandığı hastaların görsellerine sosyal medya hesabında yer verilerek öncesi/sonrası paylaşımların yapıldığı, ayrıca, "*Danışanım 2 yıldır dudak volüm için bana geliyor. Normalde işlemin kendisini belli etmemesi icin Rus volüm tarzı tasarımlardan uzak durur, dudak yapısına uygun daha doğal bir çalışma yaparım. Ama hem danışanımın yoğun isteği hem de yüzüne gidecek olması nedeniyle bu sefer de böyle olsun dedik.- Farklı yerde yapılan hatalı çalışma nedeniyle kolunda leke kalan danışanıma serum göndererek nasıl çalışacağını anlattım. - Serumlarım çok iyidir demiş miydim? -Kırışıklik olur kesi izi olur hepsinde ortak bir nokta var: Cilt... Cildi tanımadan etki alamazsıniz - Leke sabır ve bakım isteyen bir süreçtir. Yeni lekeler daha hızlı giderken; eski lekeler cildin alt kalmalarına yerleştiği için seans seans açılır. Sabredip, bakımlarını aksatmayan danışanlarım genellikle mutlu ayrılırlar."* gibi sağlık hizmeti sunumuna yönelik paylaşımların yer aldığı, ayrıca “MEB onaylı Kalıcı Makyaj Uzmanı”, “Fibroblast ve Hyaluropen Uzmanı” gibi unvanların kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmadığı ve güzellik salonu ruhsatı da bulunmadığı halde inceleme konusu tanıtımların, 20.06.2022 ve 21.07.2022 tarihli görünümlerinde, *"Babylips (iğnesiz dudak dolgusu), scar/akne izi / ameliyat izi / yağ bezesi tedavisi, somon dna"* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, bu işlemlerin uygulandığı hastaların görsellerine sosyal medya hesabında yer verilerek öncesi/sonrası paylaşımların yapıldığı, ayrıca, "*Danışanım 2 yıldır dudak volüm için bana geliyor. Normalde işlemin kendisini belli etmemesi icin Rus volüm tarzı tasarımlardan uzak durur, dudak yapısına uygun daha doğal bir çalışma yaparım. Ama hem danışanımın yoğun isteği hem de yüzüne gidecek olması nedeniyle bu sefer de böyle olsun dedik.- Farklı yerde yapılan hatalı çalışma nedeniyle kolunda leke kalan danışanıma serum göndererek nasıl çalışacağını anlattım. - Serumlarım cok iyidir demiş miydim? -Kırışıklik olur kesi izi olur hepsinde ortak bir nokta var: Cilt... Cildi tanımadan etki alamazsıniz - Leke sabır ve bakım isteyen bir süreçtir. Yeni lekeler daha hızlı giderken; eski lekeler cildin alt kalmalarına yerleştiği için seans seans açılır. Sabredip, bakımlarını aksatmayan danışanlarım genellikle mutlu ayrılırlar." gibi* sağlık hizmeti sunumuna yönelik paylaşımların yer aldığı, ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda “MEB onaylı Kalıcı Makyaj Uzmanı”, “Fibroblast ve Hyaluropen Uzmanı” gibi unvanların kullanıldığı,

15/2/2008 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 Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı düzenlenerek, Yönetmelik maddesinin 2 nci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler**güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fatma Canan AYAN SÖNMEZ (Cananla Doğal Güzellik)** 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.

**41)**

**Dosya No: 2022/3032**

**Şikayet Edilen: Aydın Göz Sağlığı Hizmetleri Turizm Ticaret Ltd. Şti. (Özel Aydın Göz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://aydingoz.com.tr/ URL adresli internet sitesinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "ozelaydingoz" isimli hesap adıyla yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Sosyal Medya)

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 16.07.2022 tarihli görünümünde, *"Gözlüksüz yaşama merhaba demek için: Akıllı mercek, relex smile, femtolasik, no-touch. (...) Kırma kusuru olup gözlük kullanmak istemeyenler, yapılan detaylı muayene sonucunda gözlüksüz bir yaşama merhaba demek için #GörmeyeDeğer #özelaydıngözhastanesi #söke - Hastanelerimizde Göz İçine Yerleştirilen akıllı mercekler sayesinde gözlük takmak artık mazide kalıyor...- Sevgili hastamız Khallat uzak diyarlardan gelip lazerini oldu, bugünkü kontrolde kendisini gözlüksüz yaşamak üzere memleketine yolcu ettik. - Sevgili Hacer de gözlüklerine veda etti. - Gözlükten ve kontakt lenslerinizden kurtulmak için uzun süredir kullanılan klasik lazer tedavilerinde göze dokunulması hastalarda tedirginliğe neden oluyordu. Fakat ‘’TRANS-PRK’’ (No Touch) tekniği adı verilen gelişmiş lazer yöntemi ile göze cihaz temas etmiyor. Hastanın, uzaktaki ışık kaynağına 15-20 saniye bakması bu tedavi için yeterli oluyor. Her şey sizin için çünkü...* *- AKILLI MERCEKLER İLE GÖZLÜKLERE VEDA ETME ZAMANI - Gözlüklerinden kurtulmanın vakti gelmedi mi? Son derece güvenli olan Excimer Lazer tedavisi ile gözüne temas edlimeden kısa sürede gözlüklerinden kurtulabilirsin. - Excimer Lazer tedavisi sayesinde hayatınla arana koyduğun camlardan kurtul, gözlüksüz hayata merhaba de! (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan bu ve benzeri ifadelerin; sağlık alanında mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan, sağlık hizmetlerine ve tıbbi tedavi yöntemlerine talep yaratan ve kuruluşun 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 **Aydın Göz Sağlığı Hizmetleri Turizm Ticaret Ltd. Şti. (Özel Aydın Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2022/3089**

Instagram isimli sosyal medya mecrasında **Op. Dr. Oğuz KILIÇ**’a ait "op.dr.oguzkilic" ve "hairpros.tr" isimli hesap adlarıyla yayımlanan tanıtımlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüler ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2022/3751**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Sosyal Medya)

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 23.08.2022 tarihli görünümünde, *"Rıfat kardeşimize katarakt nedeniyle akıllı mercek (trifokal) taktık artık uzak yakın mesafeyi gözlüksüz görebiliyor.* -*Excimer lazer ile miyop astigmat gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz. -Excimer lazer ile yüksek numara astigmatlarınızdan kurtulabilirsiniz. - Akıllı lensler ile uzak yakın orta mesafeyi rahatlıkla görebilirsiniz. (...)*" gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan bu ve benzeri 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 Yönetmelik’in 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. Harun YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2022/3830**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Etihan CANTÜRK**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Sosyal Medya)

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 26.08.2022 tarihli görünümünde, *"(LASIK) Excimer Laser sonucu hemen görülen bir tedavidir. Excimer Laser (LASIK), sonucu hemen görülen bir tedavidir. Cerrahi sonrasında ilk gün görme bir miktar bulanık olabilir, bu genellikle kornea dokusunda gelişen ödeme bağlıdır, bu durum birkaç gün içerisinde düzelir ve görme netleşir. Kişiler LASIK cerrahisi sonrasında* *kısa sürede tekrar eski aktivitelerine dönebilir. Op. Dr. Etihan CANTÜRK bilgilendiriyor. - Excimer LASER SİZİN İÇİN UYGUN MU? - Premium Mercekler hem yakını hem uzağı görmeyi sağlayan çok odaklı göz içi mercekleridir. Kataraktı olsun ya da olmasın, yakın-orta-uzak görme kusurlarından kurtulmak isteyen her yaştaki insana uygulanabilir. (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan bu ve benzeri 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 Yönetmelik’in 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. Etihan CANTÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2022/4235**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Mehmet Cem MISIRLIOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "opdrmcemmisirlioglu" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Sosyal Medya)

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 27.09.2022 tarihli görünümünde, *"Hem katarakt hem de gözlüklerden kurtulmanın mutluluğu. - 6,5 tan 0'a inen bir mutluluk daha#notouchlaser - Lazerle numaralar sıfırlanır mı Elbette, işte örneği - Mehteber Hanım Kataraktlarından ve Gözlüklerinden Premium Akıllı Lenslerle Birlikte Dakikalar İçerisinde Konforlu Bir Hayata Merhaba Dedi - Sanal ortamda göz lazer ameliyatı deneyimi! Türkiye ve dünyada ilk uygulayan göz merkezi olmaktan mutluluk duyuyoruz# VRnotouchlaser... - NO TOUCH LASER TEDAVİSİNDEN SONRA HASTA GÖZLÜK İHTİYACI DUYMAZ! - AKILLI LENS ile Uzak, yakın ve ortak mesafeyi gözlüksüz görebileceğinizi biliyor musunuz? Her mesafede kesintisiz ve net görüş için akıllı lens! NO TOUCH LASER Göze Dokunmadan! Sadece birkaç dakikada gözlüksüz bir yaşam. - Sevgili Gökhan da yüksek numaralarından ve bulanık görme derdinden kurtuldu, uygun yöntemin seçilmesiyle bu sonuçlara ulaşmak sadece* *dakikalar içerisinde mümkün. (...)"* gibi birtakım ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan bu ve benzeri 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 Yönetmelik’in 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 Cem MISIRLIOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2022/1823**

**Şikayet Edilen:** **Sanaz Güzellik Merkezi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://sanazasadi.com URL adresli internet sitesinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında "sanaz\_estetik" ve ''sanaz\_asadi\_estetik'' isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.04.2022, 15.04.2022, 22.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler****:** İnceleme konusu tanıtımların 05.04.2022, 15.04.2022 ve 22.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Dudak Dolgusu, Yanak Dolgusu, Çene Dolgusu, Burun Dolgusu, Göz Altı Dolgusu, Nazolabial Dolgu, Burun Eritme, Jawline, Botoks, İp Askısı, Dövme Silme, Vajina Daraltma, Popo Kaldırma, Meme Kaldırma, Çatlak Tedavisi, Hifu, Dermapen, Plazmapen''* gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve *''MAVİ PAKET Ameliyatsız Burun Estetiği, Paris Işıltısı, Dudak Dolgusu, Botoks 12.800TL.'', ''SİLVER PAKET DOLGU Jawline, Çene Dolgusu, Göz Altı Işık Dolgusu, Nazolabial, Yanak (botoks veya dudak dolgusu hediye) 15.800TL.''* şeklinde kampanya bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluş gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, inceleme konusu tanıtımların 05.04.2022, 15.04.2022 ve 22.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Dudak Dolgusu, Yanak Dolgusu, Çene Dolgusu, Burun Dolgusu, Göz Altı Dolgusu, Nazolabial Dolgu, Burun Eritme, Jawline, Botoks, İp Askısı, Dövme Silme, Vajina Daraltma, Popo Kaldırma, Meme Kaldırma, Çatlak Tedavisi, Hifu, Dermapen, Plazmapen''* gibi tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve *''MAVİ PAKET Ameliyatsız Burun Estetiği, Paris Işıltısı, Dudak Dolgusu, Botoks 12.800TL.'', ''SİLVER PAKET DOLGU Jawline, Çene Dolgusu, Göz Altı Işık Dolgusu, Nazolabial, Yanak (botoks veya dudak dolgusu hediye) 15.800TL.''* şeklinde kampanya bilgilerine yer verildiği 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 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**47)**

**Dosya No: 2022/3731**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Bülent Raşit TUNCEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında “drbulentrasittuncel’’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.08.2022, 25.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 20.08.2022 ve 25.10.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''15 yıl sonra yeniden gözlüksüz görebilmek, en güvenilir, en güler yüzlü hekim teşekkürler hocam.'', ''2021 Nisan ayında 8.5 ileri derece miyop gözümü sıfıra indirdi. Gerek bana yaptığı ameliyat ile ilgili açıklamaları, gerek kibarlığı olsun çok iyi bir doktordur Bülent Bey... Sizi seçtiğim için çok şanslıyım. Şu zamana kadar karşılaştığım işini başarıyla hakkıyla yapan tek doktor...'', ''...En iyisi Bülent Bey'i önerdiler. Tavsiye üzerine Bülent Bey'e muayene olmaya gittim. Yıllardır düşünüyordum ve açıkçası korkuyordum ama Bülent Bey'in enerjisi ve güler yüzü, sakinliği, bir hastaya nasıl davranılacağını bir doktor gibi değil arkadaş gibi aile dostu gibi yaklaştığı için kendimi daha güvende hissederek ameliyat olmaya karar verdim...'', ''Yıllardır lens ve gözlük kullanmak zorunda kalan ileri miyop birisi olarak 1 günde acısız şöyle bir ameliyat geçireceğimi bilsem yıllar önce hocamı bulurdum...''* 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 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. Bülent Raşit TUNCEL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2022/3833**

**Şikayet Edilen:** **Başakşehir Sağlık Hiz. Eğit. İnş. ve Tur. San. Tic. Ltd. Şti. (Özel İstanbul Hospital Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında “isthospital’’ 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, *''Akıllı lens uygulamasıyla, katarakt ameliyatı sonrası Uzak, orta ve yakın mesafede net görüş sağlar... Tedaviye uygun olan hastaların buna adapte olmaları ile uzak ve yakın gözlüklerine olan bağımlılığından kurtulmuş olursunuz.'', ''Katarakt Tedavisinde Akıllı Lensler. Uzak, orta ve uzak mesafede net görüş... Akıllı lens, kişide katarakt varsa ve katarakt ameliyatından sonra hem uzağı hem de yakını gözlüksüz görmek istiyorsa ilk tercihtir.''* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Başakşehir Sağlık Hiz. Eğit. İnş. ve Tur. San. Tic. Ltd. Şti. (Özel İstanbul Hospital Hastanesi**) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2022/3867**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında “drseldakoyuncu’’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 31.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 31.08.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *''Yeni gözlükten kurtulma hikayelerimiz... #notouchlaser ve #lasik devam.", ''O kalabalık mutlu aile tablosu nedir derseniz, onlar da bizim için Çanakkale'den gelip #akıllımercek ile ailece gözlüklere veda eden Hamdi Bey ve ailesi.'', ''Yusuf Bey akıllı mercek ile 5 numara gözlüklerinden kurtulup, hayata gözlüksüz bakanlar arasında katıldı.'', ''Her iki gözünde 5.5 derece miyop ve astigmat olan Abdullah Bey, akıllı mercek operasyonu sonrası çocukluğundan beri kullanmak zorunda olduğu gözlüklerine veda etti. Üstelik artık yakını da gözlüksüz görebiliyor.''* 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 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. Selda KOYUNCU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2022/3868**

**Şikayet Edilen:** **Prof. Dr. Cemile Banu COŞAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında “prof.dr.banucosar’’ isimli hesap üzerinden yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.08.2022, 22.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 30.08.2022 ve 22.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''Gözlüklerden kurtuluyoruz. #iLASIK #Miyopi'', ''Bugünkü ameliyatlarımız, Trifokal (akıllı) lens ameliyatı özellikle hipermetropların uzak ve yakın gözlüklerinden kurtulmaları için çok başarılı bir yöntemdir.'', ''Bugün bir hastam daha yakın gözlüklerine veda etti.'', ''Yurtdışından başvuran hastam da gözlüklerinden kurtuldu.'', ''Kornea nakilli hastamda, #femtosaniye lazer ile korneaya yay şeklinde çizikler atarak astigmatı azalttık...'', ''Bugünkü 87 yaşındaki katarakt hastamın ameliyatını başarıyla tamamladık. Oysaki 80 yaşından sonra göz ameliyatları teknik olarak zorlaşıyor...''* 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 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 **Prof. Dr. Cemile Banu COŞAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2022/3926**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Kadir Erdoğan ER**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.09.2022, 21.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 03.09.2022 ve 21.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *''#notouch laser ile 2.5 derece miyop ve astigmat olan hastamız saniyeler içerisinde gözlüklerine veda etti... Hastamın şu sözü herseyi özetliyordu... 'Hocam hem o kadar kısa sürede olması, hem de ağrısız olması bir yana bu kadar net göreceğime inanmıyordum ve şuan inanamıyorum... Gözlükle ve kontakt lensle gördüğümden çok daha net görüyorum...' Sonuca hastamız şaşkın biz ise alışkındık... Hastamız 2 haftada %120 görmeye ulaşmıştı...'', ''#notouchlaser ile göze dokunmadan 'Saniyeler içerisinde' gözlüklerden kurtulmak mümkün... Gözlerinizden özgürlüğü esirgemeyin.'', ''Gözlüklere vedaya #notouchlaser ile devam...'', ''Başarılı bir #laserameliyatı dikkatli ve becerikli bir ekip ve ekipman gerektirir. Ekip süper sonuçlar mükemmel.'', ''Merhabalar 3 hafta önce Kadir Erdoğan Er hocamdan astigmat için lazer operasyonu geçirdim %20 oranında görmemden %90'a kadar düzelme oldu çok memnun kaldım hem doktorun ilgisi hem çalışanların ilgisi gayet güzeldi... Beklentimin çok üzerinde bir görme düzeyine ulaşan ve laser ameliyati sonrası göz kayması da düzelen hastama sağlıklı bir hayat diliyorum.'', ''Doktorum Kadir Erdoğan Er tarafından no touch lazer operasyonu oldum. Operasyon öncesinde ve sonrasında detaylı bir şekilde bilgilendirildim ve kısa sürede gözlüksüz hayatıma geri döndüm. Hastane çalışanları ve doktorum çok ilgiliydi siz de gözlüklerinizden kurtulmak isterseniz Kadir Bey'e kesinlikle uğramalısınız. İlgi ve alakanız için teşekkür ederim.''* 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 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. Kadir Erdoğan ER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2022/4885**

**Şikayet Edilen: Celinesta Estetik Güzellik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.celinesta.com adresli internet sitesinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında "'celinesta\_esthetic" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.10.2022, 06.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 26.10.2022 ve 06.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"Selülit Tedavisi, Leke Tedavisi, Dermaroller, Dermapen, Kimyasal Peeling, Mezoterapi, İğneli Epilasyon, Koltuk Altı Terleme Tedavisi, 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 26.10.2022 ve 06.12.2022 tarihli görünümlerinde örnek olarak, *"Selülit Tedavisi, Leke Tedavisi, Dermaroller, Dermapen, Kimyasal Peeling, Mezoterapi, İğneli Epilasyon, Koltuk Altı Terleme Tedavisi, Medikal Cilt Bakımı''* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği 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 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Celinesta Estetik Güzellik Sanayi ve 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.

**53)**

**Dosya No: 2022/1034**

**Şikayet Edilen: Redent Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Limited Şirketi (Özel Redent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 22.12.2022 tarihli görünümünde, örnek olarak *"Biraz da bizden bahsedelim... Sağlıklı Ağız ve Dişler için Çalışıyoruz... Redent Klinik olarak yıllardır Ankara Sincan'da hizmet sunarken 2. kliniğimizi Bahçelievler'de açtık. Samimi bir aile ortamı oluşturarak sizlerin rahat ve konforlu tedavi almanızı sağlamaya çalışıyoruz.", "Samimi Doktorlar, Konforlu Çalışma Alanı, Lazer Diş Hekimliği, Aile Ortamı, Rahat Ulaşım, Beklemeden Tedavi, Güvenilir Muayene, Memnuniyet Garantisi, Ulaşılabilirlik, Modern Ekipmanlar, Yüksek kaliteli metaryaller, Dijital 3D Röntgen", "Redent Ağız ve Diş Polikliniği olarak hastaların memnuniyetini arttıracak kapsamlı ağız ve diş sağlığı hizmetlerini en kısa sürede sunmaya gayret ediyoruz. Alanının en iyi hekimlerinin ve yardımcı personellerinin bulunduğu kliniğimizde hasta hakları da her zaman tarafımızca gözetilmektedir. Her geçen gün biraz daha büyüyen ekibimiz kısa süre içerisinde çok geniş bir hasta yelpazesine hizmet vermeye başlamıştır. Redent ailesi olarak her zaman hastalarımızın ağız ve diş sorunlarının giderilmesinde yardımcı olduğumuz gibi ileride yaşanabilecek hastalıkların belirtilerini de göz önünde bulundurarak tedaviler uyguluyoruz. Teknolojiyi hizmetlerimizin her aşamasında kullanmaya özen göstererek alanımızdaki tüm yeniliklerden her zaman haberdar olmaya özen gösteriyoruz. Her türlü ağız ve diş hastalığının tedavisinde alanının en iyi hekimleri ile çalışmak da sektörel farkımızı ortaya koyuyor. Geleceğe yönelik olarak projelerimiz ile birçok farklı şehirde açmayı düşündüğümüz diş hastanelerimiz ve kliniklerimizle hitap ettiğimiz kitlemizi biraz daha genişletmeyi planlıyoruz. Uzman kadromuz ve eksiksiz tedavi ekipmanlarımız ile son derece hızlı ve etkili hizmetler vermeye önem veriyoruz. Yaptığımız uygulamaların iş ahlakına ve dürüstlük ilkelerine bağlı olmasına dikkat ediyoruz ve hastaların kliniğimizden memnun ayrılmasını her şeyden daha yüksek bir noktada tutuyoruz. Redent Ağız ve Diş Polikliniği olarak hem yurt içinden hem de yurt dışından gelen hastalarımız için en iyi ve yeni tedavi yöntemlerini kullanmaya önem veriyoruz. Hizmetlerimizden yararlanmak için bizlere her zaman ulaşabilirsiniz.", "İhtiyacınız Olan Her Şey... Gülüşünüze Sağlık sloganı ile tüm diş tedavi modellerinde hizmetinizdeyiz.", "Dişlerinizin sağlığı için kliniklerimizde güven ile muayene olabilirsiniz.", "İleri Diş Hekimliği Tüm diş hekimliği hizmetlerinden faydalanabilirsiniz. Yüksek Kaliteli Ekipmanlar Yüksek kaliteli ekipmanlar kullanarak diş sağlığınızı önemsiyoruz. Konforlu Muayene Konforlu muayene ve bekleme alanları ile rahatınızı önemsiyoruz. Güler Yüzlü Personel Kendinizi bizim yanımızda çok rahat hissedeceksiniz.", "Sağlıklı Dişler için Redent Ağız ve Diş Polikliniği olarak hastaların memnuniyetini arttıracak kapsamlı ağız ve diş sağlığı hizmetlerini en kısa sürede sunmaya gayret ediyoruz. Alanının en iyi hekimlerinin ve yardımcı personellerinin bulunduğu kliniğimizde hasta hakları da her zaman tarafımızca gözetilmektedir. Her geçen gün biraz daha büyüyen ekibimiz kısa süre içerisinde çok geniş bir hasta yelpazesine hizmet vermeye başlamıştır."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların, sağlık alanında faaliyet gösteren söz konusu kuruluşa ve sunulan hizmetlere talep uyandıran, sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan, diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabet yaratan ifadelere ve görsellere yer verildiği, bu ve benzeri nitelikteki tanıtımların ilgili mevzuata aykırı nitelikte değerlendirildiği ve anılan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yüklediği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un40 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'in5 inci maddesi,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in24 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 **Redent Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Limited Şirketi (Özel Redent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2022/2393**

**Şikayet Edilen: Medicaworld Sağlık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında*"medicaworldestetik"* isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet (Sosyal medya)

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 02.06.2022 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Jawline ile keskin yüz hatlarına kavuşabilirsiniz. Harika fırsatlar sizleri bekliyor... Dudak dolgusunda en iyi olduğumuzu artık hepiniz biliyorsunuz. Dolgun olmayan dudaklarınızdan asimetrik dudaklarınızdan şikayetçiyseniz sadece 15 dakikada istediğiniz doğal dudaklara kabuşabilirsiniz. (...) Ve sizlere %50'ye varan indirimler sunuyoruz.", "Vitomix Badem Göz İle Çekik Bakışlar... (...) Bu haftaya özel Vitomix de dev fırsat var. (...)", "Göz kapağı estetiği görünüm sonucunda en güzel yanı daha fresh bir yüz ve gördüğünüz üzere aydınlık bakış ve sonucu 15 yaş gençleşme oluyor..."*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere ve kampanya bilgilerine, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği; tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan nitelikte, talep yaratmaya yönelik ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un24 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'in5 inci 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 **Medicaworld Sağlık Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2022/3596**

**Şikayet Edilen: Teknoloji Sağlık Hizmetleri Sanayi Ticaret Limited Şirketi (Özel Teknoloji Diş Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Teknoloji Sağlık Merkezi Karaman'da Hizmetinizde!*" başlıklı açık hava reklamı.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava reklamında "*Teknoloji Sağlık Merkezi Karaman'da Hizmetinizde! Yüksek teknolojik donanımı ve tecrübeli hekim kadrosuyla sizleri bekliyor. Artık Yanınızda Biz Varız..."* ifadelerine yer verildiği, aynı zamanda söz konusu reklamda, *"Fizik Tedavi, Geleneksel Tıp ve Rehabilitasyon, Psikolojik Danışmanlık, Bağımlıklıkla Mücadele, Diyetisyen ve Cihazla Zayıflatma, Saç Ekimi, Mezoterapi, Kök Hücre, Göz, Plastik Cerrahi, Mide Balonu Ameliyatları ve Sağlık Turizmi"* gibi hizmet alanlarının ismine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu açık hava reklamında, "*Teknoloji Sağlık Merkezi Karaman'da Hizmetinizde! Yüksek teknolojik donanımı ve tecrübeli hekim kadrosuyla sizleri bekliyor. Artık Yanınızda Biz Varız..."* ifadelerine yer verilerek, söz konusu kuruluşun sağlık alanında sunduğu hizmetlere talep yaratıldığı ve ticari bir görünüm kazandırıldığı, ayrıca söz konusu reklamda, *"Fizik Tedavi, Geleneksel Tıp ve Rehabilitasyon, Psikolojik Danışmanlık, Bağımlıklıkla Mücadele, Diyetisyen ve Cihazla Zayıflatma, Saç Ekimi, Mezoterapi, Kök Hücre, Göz, Plastik Cerrahi, Mide Balonu Ameliyatları ve Sağlık Turizmi"* gibi ruhsatlandırılmayan alanlarda faaliyet gösterildiğine yönelik beyanda bulunulduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

- İnceleme konusu reklamın yayımlandığı 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 girenAğız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 24 üncü maddesi,

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik'in 5 ve 12 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Teknoloji Sağlık Hizmetleri Sanayi Ticaret Limited Şirketi (Özel Teknoloji Diş Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2022/5595**

**Şikayet Edilen: DÇT Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Özel M&B Dental Group Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 22.12.2022 tarihli görünümünde, örnek olarak *"Ücretsiz analiz ve değerlendirme Garantili Dental İmplantlar... 24h Sürekli iletişim, sınırsız hizmet", "İhtiyaçlarınıza göre hazırlanmış bir gülümseme! Ankara'da modern bir diş kliniği olan MB Dent Kliniğe hoş geldiniz. Ana endişemiz, size kaliteli ve en iyi diş hizmetini sunmak ve size özel mükemmel bir gülümsemeyi sağlamaktır. Yaklaşımımız, bireyin isteklerine, ihtiyaçlarına ve finansal yeteneklerine saygı duymaya dayanmaktadır. Diş tedavileriniz son derece uzmanlaşmış uzmanlardan oluşan bir ekip tarafından halledilir ve çalışmalarımızda hastalarımızın mükemmelliği ve tam memnuniyeti için çalışıyoruz, bu yüzden dünyaca ünlü üreticilerin en kaliteli malzemelerini kullanıyoruz.", "MB Dent Kliniği güler yüzlü ve rahat bir ortam ve varışınızı olabildiğince keyifli hale getirmek ve yüzünüzde yeni bir gülümsemeyle memnun ayrılmak için her şeyi yapacak personel bulacaksınız. Gelişinizi dört gözle bekliyoruz", "Profesyonellik... Son derece uzman ve deneyimli profesyonellerden oluşan ekibimiz, size tüm diş hizmetlerini en yüksek dünya standartlarında tek bir yerde sunar... En iyi malzemeler ve en son teknoloji... Çalışmalarımızda, işimizin kalitesini garanti eden en yeni cihazları ve en iyi malzemelerini kullanıyoruz... Memnuniyet Garantisi.. Memnun hastalar ve kaliteli çalışma önceliğimizdir, bu nedenle tüm implant ve protetik hizmetlerimiz için garanti veriyoruz... Ücretsiz ilk ziyaret... Bizimle güvenle iletişime geçin ve ücretsiz bir ilk ziyarette bizimle tanışın, ardından sizin için kişiselleştirilmiş bir tedavi planı ve teklif oluşturacağız... Kişiselleştirilmiş Yaklaşım... Her hastayla son derece kişiselleştirilmiş bir ilişki, bireyin isteklerinin, ihtiyaçlarının ve finansal yeteneklerinin değerlendirilmesine dayanır... Güler yüzlü personel... Kliniğin rahat atmosferinde, güler yüzlü ve profesyonel personelimiz, ziyaretinizi olabildiğince keyifli hale getirmek ve bize memnuniyetle geri dönen hastalarımızdan biri olmanız için her şeyi yapacaktır... Güzel bir gülüş en iyi referansımızdır... Ücretsiz analiz ve değerlendirme, Garantili Dental İmplantlar, Sürekli iletişim, sınırsız hizmet", "Estetik Diş Hekimliği, İmplant, Ağız-Diş-Çene Cerrahisi, Ortodonti, Endodonti, Pedodonti, Periodontoloji, Diş Beyazlatma, Gülüş Tasarımı ve Protez alanlarında hizmet veren polikliniklerimiz, hekim kadrosu ve tecrübeli personeli ile tedavi sürecini kolaylaştırıp sizlere sağlık ve kalite açısından ayrıcalıklı bir hizmet sunmaktadır.", "Ücretsiz analiz ve değerlendirme", "Garantili Dental İmplantlar", "Sürekli iletişim, sınırsız hizmet"* gibi ifadelere ve *"Çok hoş ve nezih ortamının yanında doktorun ve çalışanların hastalar ile olan ilgisinden çok memnun kaldım. Pandemi şartlarından dolayı tedirgindim... Merkezi konumda nezih bir diş kliniği. Kliniğin içi güzel ve modern, temizliğe hijyene dikkat ediyorlar. Yapılan işlemlerden çok memnun kaldım..."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların, sağlık alanında faaliyet gösteren söz konusu kuruluşa ve sunulan hizmetlere talep uyandıran, sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan, diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabet yaratan ifadelere ve görsellere yer verildiği, bu ve benzeri nitelikteki tanıtımların ilgili mevzuata aykırı nitelikte değerlendirildiği ve anılan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yüklediği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un40 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'in5 inci maddesi,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in24 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 **DÇT Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Özel M&B Dental Group Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2022/5597**

**Şikayet Edilen: Dt. Hakim TÜRKOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://turkiyedent.com/ adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 22.12.2022 tarihli görünümünde, örnek olarak *"Amacımız hastalarımızın kliniklerimizden sağlıklı ve gülerek çıkmasını sağlamaktır. Görevimiz hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak ve tedavi etmektir. Ankarada siz değerli hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak için buradayız. Polikliniğimize geldiğiniz ilk andan itibaren sorunlarınızı dinliyor detaylı muayenelerimizi gerçekleştiriyoruz. Güvenilir tedavi yöntemleri Uzman diş hekimlerimizle tanı muayenesi sürecinden tedavi takip ve izlemeye kadar tüm süreçlerde profesyonellik ve hasta memnuniyeti öncelikli görevimizdir. Tedavi sonrası, Takip ve izleme Tedavi süreçleri sonrasında hastanın durumunun takip edilmesi ve kontrol muayenelerinin düzenlenmesi bizim için oldukça önemlidir...", "Etimesgut Diş Kliniği... Hızlı Randevu Al... Randevu Oluştur... Randevu formunu doldurarak ve ya telefon ile arayarak hızlı bir şekilde randevu oluşturabilirsiniz... Diş Hekimine Muayene Ol Alanında uzman diş hekimlerimize ücretsiz muayene olup tedavinizi planlıyoruz... Tedavi Süreci Hastadan elde edilen kayıtları dikkatlice incelenip ve hasta için en uygun tedavi yöntemi ile süreci başlamış olur... Tedavi Takip ve İzleme Hastaların 7/24 Tedevi süresince gözlem ve takibi yapılır.", "Ankarada siz değerli hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak için buradayız. Polikliniğimize geldiğiniz ilk andan itibaren sorunlarınızı dinliyor detaylı muayenelerimizi gerçekleştiriyoruz."* gibi ifadelere,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde, "Özel Sağlık Hizmetleri" başlığı altında, *"Transfer Hizmetleri: Havalimanı transfer hizmetimiz ile tedavi olmak isteyen misafirlerimizi araçlarımız ile istedikleri lokasyondan alarak kliniğimize ulaştırıyoruz. Sağlık turizmi, ülkemizde sunulan gelişmiş sağlık imkanlarından faydalanmak isteyen kişiler tarafından sağlık ihtiyaçları nedeniyle, yurtiçi veya yurtdışı yaptıkları seyahatlerden meydana gelmektedir. İhtiyaç duyulan sağlık hizmeti kategorisinde hizmet veren doktor veya tıbbi birimlerin farklı lokasyonlarda olması veya teknik gereksinimlere en iyi şekilde ulaşma isteği bu turizmin oluşmasının temel nedenleri arasında yer almaktadır. Sağlığı için en iyi hizmet arayışı ile farklı konumlardaki sağlık birimleri ya da hekimlere ulaşmak isteyen yolcularımızı gerek havalimanından gerek istedikleri konumdan alarak hedefledikleri konuma ulaştırıyoruz. Sağlık turizmi kapsamında tüm sağlık ve tıbbi operasyon amaçlı yolculuk yapan kişiler için gerekli tüm salgın ve Covid-19 önlemleri alınmış, düzenli dezenfekte işlemleri yapılan araçlarımız ile konforlu ve güvenli bir yolculuk deneyimi sunuyoruz. Havaalanı Transferlerinizi sınırsız ve ücretsiz olarak size özel lüks araçlar ve şöförlerle gerçekleştirebileceksiniz.​ İstediğiniz lokasyondan transfer hizmeti Tedavi sonrası istediğiniz lokasyona ulaştırmak üzere transfer hizmeti Güvenilir ve konforlu transfer süreci COVID 19 önlemleri kapsamında tüm standartların sağlandığı yolculuk ve hijyen kuralları"* ve "*Konaklama Hizmeti: Yaşadıkları ülkelerden ya da başka şehirlerden Ankara’ya gelerek kliniğimizde tedavi olmak isteyen hastalarımızı güvenli transfer hizmeti ile konaklayacakları otellere güvenle ulaştırıyoruz. Ankara'nın En Güzel Mekanlarına Yakın 5 Yıldızlı-Güvenli Otellerde Konaklama İmkanı​"* şeklindeki ifadelere,

yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşa ve sunulan hizmetlere talep uyandıran, sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan, diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabet yaratan nitelikte değerlendirildiği ve söz konusu şahsa ait sağlık kuruluşunun faaliyetlerine ticari bir görünüm yüklediği, diğer taraftan, anılan internet sitesinde, "Özel Sağlık Hizmetleri" başlığı altında sunulan tanıtımların, söz konusu kuruluşun sağlık turizmi alanında yetkili bir sağlık kuruluşu olduğu izlenimini oluşturduğu, buna karşın söz konusu kuruluş adına bu alanda herhangi bir yetki belgesinin bulunmadığı, bu alanda yetkilendirilmiş olan kuruluşların dahi Türkçe dilinde tanıtım yapmaları mevzuat gereği yasak iken, inceleme konusu tanıtımların mevzuata her halükarda aykırılık teşkil edeceği değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un40 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'in5 inci maddesi,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in24 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 **Dt. Hakim TÜRKOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2022/3556**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Halil Akın AKYURT**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.akinakyurt' kullanıcı isimli sayfanın 19.12.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Yaz döneminde de Hollandalı hastalarımızı Akıllı Lens operasyonuyla (Trifokal Göz İçi Mercekleri) uzak yakın gözlüklerinden kurtarmaya devam…Kim gözlüksüz ve kontak lenssiz bir yaşam istemez ki? Son teknoloji Akıllı Lensler sayesinde artık bu mümkün Göz içine yerleştirdiğimiz ömürlük kalıcı Trifokal mercekler sayesinde, ömür boyu göz numaralarında bir daha artış olmaksızın, uzağı yakını ve ara mesafeyi gözlüğe gerek kalmadan gördürtebilmekteyiz İhtiyacı olan hastalarım göz yapıları bu operasyon için uygun mu diye biz de tanışabilir… Hollandalı hastamız sevgili Johanna Bos ile TRİFOKAL GÖZ İÇİ LENS AMELİYATI (AKILLI LENS) sonrası kontrolümüzü yaparken 45 yaş sonrasında uzak ve yakın gözlüklerden aynı anda kurtulmanın en rahat ve en iyi yolu AKILLI LENS operasyonudur. Her bir göz için 10 dakikalık bir işlemle ağrı sızı olmadan konforlu bir şekilde gözlüklerinize veda ediyorsunuz Görmek mutluluktur… Almanya ve Hollanda’dan gelen hastalarımızla trifokal göz içi mercek operasyonu (akıllı lens) sonrası hatıra fotoğrafı Uzak-yakın gözlüklere veda ettik… Belçika’dan gelen karı koca çiftimize başarılı göz içi mercek ameliyatları gerçekleştirdik Uygun gözlerde harika sonuçlar aldığımız akıllı lens ameliyatları ile (trifokal göz içi mercek implantasyonu) ömür boyu gözlüksüz yaşam mümkün olabilmekte… Görmek mutluluktur diyoruz. Bir de gözlüksüz oldu mu işte o zaman yüzler böyle gülüyor Yaşları 40 ın üzerinde olan, uzak-yakın-astiğmat gibi göz bozuklukları bulunan Hollandalı hastalarımızı 1 hafta içinde her iki göze implante ettiğimiz trifokal göz içi mercekleriyle (akıllı lens) tüm gözlüklerinden kurtardık… Yaz döneminde de Hollandalı hastalarımızı Akıllı Lens operasyonuyla (Trifokal Göz İçi Mercekleri) uzak yakın gözlüklerinden kurtarmaya devam… Holandalı hastamız Didi Van Der Post ile AKILLI LENS operasyonu sonrası TRİFOKAL göz içi mercekleriyle ömür boyu gözlüksüz yaşam mümkün…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere 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. Halil Akın AKYURT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2022/3842**

**Şikayet Edilen: Sevgi ÇAKIR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://sevgimedlife.com adresli internet sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *'İğneli Epilasyon'* gibi bir tıbbi işlemin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara yer verildiği, diğer taraftan https://sevgimedlife.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'sevgimedlifeistanbul' kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2022 tarihli görünümlerinde “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun *“Sevgi Medlife”* ismiyle tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda;https://sevgimedlife.com adresli internet sitesinin 20.12.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *'İğneli Epilasyon'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken bir tıbbi işlemin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara yer verildiği, diğer taraftan https://sevgimedlife.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'sevgimedlifeistanbul' kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2022 tarihli görünümlerinde “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun *“Sevgi Medlife”* ismiyle tanıtıldığı,

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 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, "*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 ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen 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'nun Ek-11 inci maddesi,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**60)**

**Dosya No: 2022/4050**

**Şikayet Edilen: Es Beauty Estetik ve Güzellik Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'esbeautyguzellik' kullanıcı isimli sayfanın 21.12.2022 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Dolgu, Altın İğne, Botoks, Prp, Karbon Peeling, İdrar Kaçırma Problemi, Tırnak Mantar Tedavisi, Siğil Tedavisi, Nasır Tedavisi, Egzama Tedavisi, Çatlak Topuk Tedavisi, Ayak Terleme Tedavisi, Lipoliz, Dermapen, Glutatyon Tedavisi, Medikal Cilt Bakımı, Selülit Tedavisi, Ben Alma, Mezoterapi, Gençlik Aşısı, Çatlak Tedavisi, Jinekomasti'* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca, tıbbi işlemlerle ilgili tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda;kuruluşun bir 'sağlık kuruluşu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'esbeautyguzellik' kullanıcı isimli sayfanın 21.12.2022 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Dolgu, Altın İğne, Botoks, Prp, Karbon Peeling, İdrar Kaçırma Problemi, Tırnak Mantar Tedavisi, Siğil Tedavisi, Nasır Tedavisi, Egzama Tedavisi, Çatlak Topuk Tedavisi, Ayak Terleme Tedavisi, Lipoliz, Dermapen, Glutatyon Tedavisi, Medikal Cilt Bakımı, Selülit Tedavisi, Ben Alma, Mezoterapi, Gençlik Aşısı, Çatlak Tedavisi, Jinekomasti'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca tıbbi işlemlerle ilgili tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine 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 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, “*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 ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitlitıbbi tedavi yöntemlerine ilişkin tanıtımlarda bulunmasının tüketiciler nezdinde kuruluşun 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 bu işlemlerin yetkili kişilerce dahi reklamının 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 31 ve Geçici 5/2 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Es Beauty Estetik ve Güzellik 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.

**61)**

**Dosya No: 2022/4066**

**Şikayet Edilen: Uzm. Dr. Hülya ÇANKAYA ÖZDEN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'drhulyacankayaozden' kullanıcı isimli sayfanın 21.12.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak *‘…Ve beklenen an geldi Her geçen yıl, her anına iyi ki dediğim mesleğime, tecrübeme bir yıl daha eklendi. Her yıl olduğu gibi bu yılda sizlerle birlikte olmanın keyfini yaşadım ve elbette paha biçilemez bir duygu Öncelikle herkese, yeni yılın sevgi, sağlık ve barış getirmesini diliyorum. Ve bu mesajımı gören 3 kişiye küçük birer dokunuş hediye etmek istiyorum Hediyelerimiz en sevdiğim uygulamalardan olan, Nem Dolgusu, Botoks, Profesyonel Cilt Bakımı Dipnot Kazanan 1. Kişiye Nem Dolgusu kazanan 2. Kişiye Botoks Kazanan 3. Kişiye Profesyonel Cilt Bakımı Hadi durma! Şanslı üç kişiden biri olmasını istediğin arkadaşını yoruma etiketle! Bakım her anlamda değerlidir Cildinize de gereken değeri vermek için aylık #ciltbakımlarınızı aksatmayın Kliniğimizde profesyonel cilt bakımı uygulamaya devam ediyoruz… Dolgu uygulamalarında genellikle kısa sürede, harika sonuçlar alabiliyoruz… Fraksiyonel Lazer Sanırım bugün için Fraksiyonel Lazer Günü desek hiç yanılmayız...10 Günde Muhteşem Etki 10 gün önce botoks uyguladığımız hastamızın alnında ve kaş arasında yer eden kırışıklıklar artık yok! Hastamız ve biz bu keyifli sonuçtan gayet memnunuz… Kliniğimizde tüm medikal estetik işlemlerine ve cilt tedavi uygulamalarımıza devam ediyoruz… Göz Altı Işık Dolgusu ile yorgun görünüme son verin… Hoş geldin #ekinoks yani sonbahar Sonbaharın gelişiyle birlikte leke tedavilerimize ve lazer seanslarımıza başlamış bulunuyoruz Cosmelan Tedavisi Güneş Lekesi Leke tedavisinin yol açtığı kalıcı leke izleri Gebelik ve yaşlılık lekelerini tedavi ediyoruz… Artık Makyaj Yapmıyorum! 15 gün önce göz altında çökme ve morarma şikayeti ile başvuran hastamızın kontrol seansından herkese merhabalar İlk seansımızda 05cc dolgu eklemiştik Kalan dolgumuzu ekledik fakat ilk seansta neredeyse sonuca yakın, harika bir yanıt almışız Güzel hastamız ve biz aldığımız yanıttan oldukça mutluyuz Bildiğiniz gibi, dolgu uygulamalarında çok hızlı yanıt alıyoruz. Işık dolgusu tekniği sayesinde gözaltı morlukları ve haklarından kurtularak, gözaltı bölgesinin daha parlak ve canlı görünmesi sağlanabilmektedir… Ameliyatsız Burun Estetiği içerir Ağustos ayı için burun dolgusu ayı desek yanılmış olmayız gerçekten Harika sonuçlar aldığımız güzel hastalarımızın öncesi ve sonrasını sizlerle paylaşmak istedim Kliniğimizde tüm medikal estetik işlemlerine ve cilt tedavi uygulamalarımıza devam ediyoruz… Göz Altı Işık Dolgusu & Botoks Hastamızın gözaltında çökme ve morarma problemi vardı. Yapmış olduğumuz dolgu uygulamaları sayesinde henüz ilk seansta harika bir yanıt aldık Ve daha 05cc dolgu uyguladık 15 gün sonra kontrolde eklemelerimizi yapacağız ama merak edenler için videonun sonuna hastamızın öncesi ve sonrasını ekledim… Yurtdışından gelen hastamızın, yüzünde oluşan çöküntüyü gidermek için malar pad alanına ve yüzündeki mutsuz ifadeleri silmek için çin bıyıklarına dolgu işlemi uyguladık Uygulama esnasında hastamıza jawline (çene) dolgusunun çok yakışacağını düşündük ve yanılmadık Hastamıza; Nazolabial dolgu Botoks Çene dolgusu işlemlerini uyguladık Son zamanlarda harika sonuçlar elde ettiğimiz çene dolgusu hakkında çok soru alıyorum… Fraksiyonel lazer ve PRP işlemlerinin akne skarları olan cilt üzerindeki muazzam etkisi ile hastamızda çok güzel sonuçlar aldık… Yaş aldıkça gözaltında oluşan torbaların tedavisinde cerrahi müdahale istemeyenler için; gözaltı Işık dolgu uygulaması ile çukur kalan alanları doldurup yükselterek torbalarla aralarındaki seviye farkını ortadan kaldırıyoruz… El üzerindeki damarların ve kirişlerin belirginleşmesi durumunda; kuruluk, kırışıklık ve el derisinde incelmeler görüldüğünde, cildin yenilenme ve parlamaya ihtiyacı olduğunda, eldeki dolgunluk azaldığında uyguladığımız özel bir dolgu! Sonuçlarımız harika Detaylı bilgi ve randevu için sizleri ücretsiz görüşmeye davet ediyorum… Botoksun, yüze daha parlak ve taze bir görünüm verdiğini, öncesi ve sonrası karşılaştırmalarımızda da pekala görebiliyoruz… Koltuk altına, avuç içlerine ve ayak tabanına uyguladığımız botoks ile hastalarımız, tek seansta aşırı terleme sorunundan kurtulabiliyorlar… Dolgu uygulamalarında genellikle kısa sürede, harika sonuçlar alabiliyoruz…’* gibi ifadelere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, bununla birlikte tıbbi işlemlere ilişkin çekiliş düzenlendiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda *‘…NEM DOLGUSU YAPTIRDIM Estetik Plastik Cerrahi Uzmanı olan canım arkadaşım @op.dr.nazmiyogurtcu'nun ellerinden mis gibi nem dolgusu uygulaması Beni tanıyanlar bilir, boyun bölgeme oldukça önem veririm. Bu nedenle düzenli bir şekilde 6 ayda bir gençlik aşısı olarak da bilinen Nem Dolgu uygulamasını yaptırırım. Nem dolguları yüksek yoğunluklu çapraz bağsız hyalüronik asit içerikleri ile boyun deri kalitesinde artış ve çizgilerde iyileşme sağlar. Boyun derisindeki ve uygulanan diğer bölgelerde aktif yaşlanma sürecini yavaşlatır…’* ifadeleri ile birlikte adı geçen doktor tarafından uygulanan tıbbi işlemin görüntülerine 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 olduğunun değerlendirildiği; bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda adı geçen sağlık personeli lehine tanıtımlarda bulunulduğu ve bu tanıtımların adı geçen doktora yönlendirici nitelikte olduğu, dolayısıyla adı geçen sağlık personeli lehine tanıtımlarda bulunarak aracılık faaliyetinde bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik’in 5/1-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 **Uzm. Dr. Hülya ÇANKAYA ÖZDEN** 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.

**62)**

**Dosya No: 2022/4281**

**Şikayet Edilen: Dentaklinik Sağlık Hizmetleri Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dentaklinik.com adresli internet sitesinin 26.12.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak;

- Ana sayfada, *‘…Dentaklinik en son teknoloji ile implant, ortodonti, çocuk diş, estetik ve diğer diş tedavi hizmetleri sunmaktadır…’*,

- ‘Kliniğimiz’ başlığı altında, *‘…Dentaklinik en son teknoloji ile implant, ortodonti, çocuk diş, estetik, beyazlatma, dolgu, kanal, dişeti, protez ve diğer diş tedavi hizmetleri sunmaktadır. Randevu ve hizmetler konusunda bilgi almak için bize e-mail atmanız veya telefon etmeniz yeterlidir…’*,

- ‘Ekibimiz’ başlığı altında, *‘…Çocukları çok seven ve onlarla iletişim halinde olmak, onları anlamaya çalışmak doktorumuza çok büyük keyif veriyor… Eskişehir de çalışmış olduğu klinikler tecrübesinde edindiği deneyimlerle kendisini özellikle çocuk ve yetişkin hastalarımızın tedavilerinde geliştirmiştir… Mesleğini severek yapan hekimimiz mesleğiyle ilgili güncel gelişmeleri takip etmekte… Bunun yanı sıra çocuk hastalarla iletişimi oldukça iyi olan hekimimiz… protetik ve restoratif çözümler sunabilmektedir… Hastalarının her daim mükemmel gülümsemeleri için diş beyazlatma ve estetik yaklaşım tedavilerini önemsemektedir…Periodontolog olarak 10 yıllık hizmeti boyunca binlerce hastaya…Tüm dünyada diş ve çene kemiği kayıplarının en yaygın sebebi olan periodontal hastalıkların önlenmesi ve tedavisi için Dentaklinik’te çalışmalarına devam etmektedir…Genel diş hekimliğinde çocuk ve korkan hasta gruplarıyla uzun yıllar çalışmıştır… Aldığı eğitimlerle hastalarımıza her açıdan bakabilmek ve doğru tedaviye ulaşabilmek esas amacıdır.’* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'dentaklinik' kullanıcı isimli sayfanın 26.12.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'...Küçük dokunuşlar, büyük gülüşler... Bayram sonrası bitim sözü vermişiz. Bu yaz onlara daha güzel Bize de ayrı keyif... Gülüşümüzü ertelemeyelim... Gülüşünü sınırlama... Diş eti hastalıkları erken dönemde çözülmelidir. Sağlıklı diş eti üzerine yapılan her tedavi başarıyla sonuçlanacaktır... İmplant tedavisi komşu dişlerin zarar görmemesi ve kemik dokusunun korunması açısından sağlıklı bir çözümdür...'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere ayrıca tedavi öncesi ve sonrasına ait 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 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,

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

**63)**

**Dosya No: 2022/4440**

**Şikayet Edilen: Çamlıbel Dent Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.camlibeldent.com adresli internet sitesinin 26.12.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak;

- Ana sayfada; *‘…Neden Biz? Çamlıbel Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Çamlıbel Dental, sürekli yenilikçi ve ileri teknoloji prensibiyle Hatay’a dental alanda yeni bir soluk getiriyor. Modern Mimari İleri Teknoloji Ekipman Maksimum Hijyen Dijital Diş Hekimliği Uzman Hekim Kadrosu Hasta Memnuniyeti…Yıllık İstatistiklerimiz ve Mutlu Hasta Oranlarımız 98.9% memnuniyet oranımız 3,693+ yıllık tedavi 13+ ödüllerimiz 100%+ uzmanlığımız…’*,

- ‘Kurumsal’ başlığı altında; *‘…Güler yüzlü ve kaliteli hizmet anlayışımızla uzun süredir hastalarımıza sağlık hizmeti sunmaktayız…’*,

- ‘Ekibimiz’ başlığı altında; *‘…Deneyimli ve Kendini Geliştiren Ekip Arkadaşlarımız…’*,

- ‘Öncesi-Sonrası’ başlığı altında, *‘…Gülüşlerine dokunduğumuz bazı hastalarımızdan öncesi – sonrası fotoğrafları’* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

- 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 **Çamlıbel Dent Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. 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.

**64)**

**Dosya No: 2022/4751**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Ümit KAMIŞ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait '*prof.dr.umitkamis'* kullanıcı isimli sayfanın 24.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Zehra Hanım, Femto-Lasik ile sevmediği gözlüklerine veda etti, bir ömür dünyayı hep güzel ve net göreceği günler dilerim…hasta mutlu doktor mutlu…çocukluk arkadaşları lasik yöntemiyle aynı gün gözlüklerine veda ettiler…’* gibi ifadeler ile,

*‘…Ümit Hocama çok teşekkür ediyorum, uygulama önce ve sonrası acı ağrı hissetmeden süreci tamamladık, elinize emeğinize sağlık…gözlüksüz bir hayat gerçekten anlatılmaz yaşanırmış operasyon sonrası 1 ay bitti bugün ve sooon derece memnunum çok şükür operasyon sonrası soran herkese şiddetle tavsiye ediyorum…32 yıldır benimle bütünleşen gözlüklerimden sayesinde kurtulduğum mesleğinde sayılı doktorlardan olan bitanecik değerli doktorum Prof. Dr. Ümit Kamış’a çok teşekkür ederim. Her zamanki gibi yine tecrübesini konuşturdu…’* gibi tavsiye, teşekkür ve onay içerikli hasta yorumlarına 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 **Prof. Dr. Ümit KAMIŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2022/4752**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Özcan Ulaş AÇIKGÖZ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'drulasacikgoz*'* kullanıcı isimli sayfanın 24.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…No Touch Lazer ile gözlüklere veda ediyoruz...’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'drulasacikgoz*'* kullanıcı isimli sayfanın 24.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…No Touch Lazer ile gözlüklere veda ediyoruz...’* gibi ifadelere yer verildiği, ancak söz konusu 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. Özcan Ulaş AÇIKGÖZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2022/4754**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Levent ERSAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.leventersan' kullanıcı isimli sayfanın 24.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Yedi numaraya yakın miyopisi olan hastamız, yeni nesil Zeiss Smile Visumax 800 ile gözlüklerine veda etti. Laser süresi sekiz saniye, akıllı robotik yardım, mükemmel sonuçlar…* *İngiltere’den gelen hastamızın her iki gözüne dört gün önce aynı seansda Femtosaniye Lazer destekli Fako yöntemiyle Finevision Trifokal ve Finevision Triumf (Trifokal+Edof) göz içi lensi uygulamıştım. Bugün kontrolünde uzak ve yakını tam görüyor ve artık gözlük kullanmıyor. Yarın Londra’ya dönüyor. Biz de kendisine ekip olarak teşekkür ediyoruz…* *Almanya’daki Türk dostlarının önerisi ile beş gün önce gelen hastamıza No Touch Laser uygulamıştım. Eksi yedi civarında gözlük kullanıyordu. Şimdi çok memnun, pazartesi ülkesine dönüyor. Biz de kendisine ekip olarak teşekkür ediyoruz…’* 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. Levent ERSAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2022/4760**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Sevgi TONGAL**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'drsevgitongal' kullanıcı isimli sayfanın 21.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Bu kızımızın adı Nazlı ama ameliyat sırasında bana hiç naz yapmadı çünkü lazer olmayı ve gözlüksüz, lenssiz görerek yeni okul dönemine başlamayı çok istiyordu Nazlı benim kızımın hem okuldan hem baleden arkadaşı elimizde büyüyenlerden yani. İlk gözlükle başlamıştık liseye başlayınca kontakt lense geçtik ve şimdi lazer bu arada Babası Yalçın beye çoktaaan mercek koymuştuk gözlüksüz rahat görüyor artık sıra annesi Aytül hanımda Aytülcüm…* *Resimde gördüğünüz yakışıklı benim yakın arkadaşımın oğlu, kızımın kankası Elimde büyüdü diyebilirim yani. Bir gün gelip de ona da Lazer yapacağımı daha doğrusu onların bu kadar büyüyeceğini ve de bugünlerin geleceğini hiç hayal bile etmemiştim. Sanki hep uzak bir zamandı bugünler Nerdeeen nereye Uzun lafın kısası artık Seymen de gözlüksüz net görüyor…* *Bu yöntemle ertesi gün uyandığınızda gözlüksüz net görüyorsunuz…* *Katarakt bahane gözlüksüz hayat şahane. Ameliyat sonrası sadece gözlük takmadan görmek bile büyük değişiklik müthiş bir hayat konforu iken hali hazırda operasyon öncesi kataraktı nedeniyle görme azlığı olan hastalarda operasyon sonrası değişim algısı da çok fazla oluyor haliyle mutluluğu da Bunu anlamak için Günal hanımın yüzüne bakmanız yeterli…’* 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. Sevgi TONGAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2022/4762**

**Şikayet Edilen: Yrd. Doç. Dr. Mustafa AKSOY**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait *'dr.mustafaaksoy'* kullanıcı isimli sayfanın 23.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Hastamıza “SMILE” Lazer uygulamaya karar verdik ve hastalarımızın ilk sorusu genellikle şu oluyor. Hocam Lazer Uygulama Süresi Ne Kadar? İşte Bu Kadar…SMILE cerrahisini merak eden hastalarım için bu hafta gerçekleştirdiğim bir cerrahiden kesitler. İyi seyirler…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere 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 **Yrd. Doç. Dr. Mustafa AKSOY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2022/4763**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Erkan BULUT**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait *'op.dr.erkanbulut'* kullanıcı isimli sayfanın 21.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…bir hastamın daha No Touch Lazer sonrası gözlüksüz mutlu bakışları…’* 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. Erkan BULUT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2022/4764**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Abdulvahit DEMİR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait *'opdrabdulvahitdemir'* kullanıcı isimli sayfanın 23.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…akıllı mercek ile gözlüklerinize veda edin…Amerika’dan gelerek akıllı mercek cerrahisi ile yüksek numaralı gözlüklerden kurtulan hastamızın ilk gün muayenesi ve memnuniyeti…akıllı mercek cerrahisi ile gözlüklere veda edin…Sizce de gözlüğe veda etme zamanı gelmedi mi? Akıllı Mercek Ameliyatı ile uzağı ve yakını görme probleminden kurtulun. Deneyimli cerrah, güvenilir ekipman ve başarılı cerrahi ile gözlüklere veda edebilirsiniz… Miyop, astigmat, hipermetrop için son teknoloji ilasik ameliyatı ile gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz…’* 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. Abdulvahit DEMİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2022/4766**

**Şikayet Edilen: Samsun Medikal Grup Özel Sağlık Hizm. A. Ş.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *'samsunexcimerlazer'* kullanıcı isimli sayfanın 24.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…9.00 numara miyop, astigmatı olan hastamız excimer lazer sonrası görmeleri tam numaraları 0.00…Dün excimer lazer operasyonu olan hastamızın bugün gözlüksüz ilk günü, Eyüp beye hayırlı olsun…3.50 mipyop ikiz kardeşlerden No-Touch lazer sonrası. Gözlüksüz hayata merhaba…Excimer lazer ile mutlu son…’* 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 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,

- 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 **Samsun Medikal Grup Özel Sağlık Hizm. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2022/5132**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hasan Sami KEPENEK**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait *'kayserigozdoktoru'* kullanıcı isimli sayfanın 25.11.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Bugün misafirimiz Stuttgart’tan aynı zamanda da adaşım Hasan abiydi. Akıllı merceklerle birer gün arayla her iki gözünü uzak ve yakın problemlerinden kurtardık Samimiyeti ve anlayışı için teşekkür ederiz Almanya’ya selamlar… Nevin ablamız Münih’ten geldi hipermetropu ve yakın görme problemi vardı babası Ahmet amcayı da geçen hafta katarakt ameliyatı yapmıştık kendisine de uzak yakın premium (akıllı) mercek taktık Uzak yakın problemleri gelmemek üzere kayboldu Eşi beyefendi ve kendisinin uyumları için teşekkür ederim Almanya’ya selamlar… Bir hastamız daha gözlüklerinden kurtuldu 6 numara gözlüklerine 5 dakikada İntra-Lasik yöntemiyle veda etti… Eveeeet karşınızda Excimer lazer olmuş ama kalan astigmatları nedeniyle gözlüksüz bir hayata kavuşamamış, geçen hafta yaptığımız her iki göz Trifokal Toric mercek ameliyatı ile ilk günden uzak yakın gözlüklerine veda eden Leman hanım var. Enerjisi ve samimiyeti ile bizleri mest etti Kendisine uyumu ve samimiyeti için teşekkür ederim Nice sağlıklı, güzel görüşlü günler diliyoruz…’* 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. Hasan Sami KEPENEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2022/5199**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait *'opdrfatihyildiz'* kullanıcı isimli sayfanın 22.11.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…No touch lazer hastamızın ilk kontrolü, her şey yolunda, hasta mutlu doktor mutlu…akıllı lensler çoklu odak problemlerinin çözümüne yönelik imkan sunan çok odaklı göz içi lenslerdir…laser teknolojisi ile (gözünüze dokunulmadan) gözlüklerinizden kurtulabilirsiniz! 7 boyutlu göz takibi daha güvenli daha hassas daha hızlı…’* 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. Fatih YILDIZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2022/5257**

**Şikayet Edilen: Doç. Dr. Yıldırım Bayezıt ŞAKALAR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait *'docdryildirimbayezitsakalar'* kullanıcı isimli sayfanın 02.12.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…trifokal mercek (akıllı lens) ameliyatı ile gözlüklerine veda eden misafirimiz... uzak, yakın ve orta mesafede trifokal mercek (akıllı lens) ile net görüş…’* 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 **Doç. Dr. Yıldırım Bayezıt ŞAKALAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No:** **2022/5194**

**Şikayet Edilen:** **Beşibiryerde Sağlık Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi (Medihaus Cerrahi Tıp Merkezi)**

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde " goz.kapakestetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.01.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Tespitler: İnceleme konusu mecrada, "*Gözünüze gözümüz gibi bakıyoruz*..*. Gülen gözler bizim için her şeyden önemlidir. Üst kapak estetik ameliyatı olan hastamızın öncesi ve sonrası… Ağrısız, sızısız üst kapak sütur alımı(…)"* ve benzeri ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-Tıbbi Deontoloji 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 **Beşibiryerde Sağlık Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi** **(Medihaus Cerrahi Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No:** **2022/5195**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Mevlüt Celal ÖCAL**

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "*op.dr.mcelal* " isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Tespitler: İnceleme konusu mecrada, " *Teyze ufak bir yağ bezesini gösterdi bunu alma dedi peki dedim. Ameliyattan hemen sonra bile çok mutluydu etrafı geniş görebildiği için… Askerlik hayalleri için mülakata sadece iki günü kalmış hastamıza bu saatte lazerini yapıp hayalleriyle kavuşturacağız inşallah (…)"* ve benzeri ifadeler ile hastaların tedavi görüntülerine 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. Mevlüt Celal ÖCAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No:** **2022/5196**

**Şikayet Edilen:** **Op. Dr. Ertan SUNAY**

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "op.dr.ertansunay" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Tespitler: İnceleme konusu mecrada, "*No touch laser tedavisi ne kadar yüz güldürücü olabilir? Laserden hemen sonra hastamızın yüz ifadesine bakın, bunu siz söyleyin...Yüksek miyopinin üstüne bir de yüksek astigmatı olan bir hastaya yedi düvelin doktoru ‘düzeltmek mümkün değil’ demiş. Biz düzeltiriz dedik, düzelttik...Laserle 46 saniyede yüksek astigmat düzeltmek…35 sene önce asistanlık yıllarımda bu sadece bir ‘rüya’ idi. Şimdi, neredeyse çocuk oyuncağı.Yapısı uygun olan gözlerde tabii (…)"* ve benzeri ifadeler ile hastaların tedavi görüntülerine 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. Ertan SUNAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No:** **2022/5197**

**Şikayet Edilen:** **Erer Sağlık ve Eğitim Kurumları İşletmeciliği A.Ş. (Koru Ankara Hastanesi)**

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "korugozklinigi" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Tespitler: İnceleme konusu mecrada, " *Kongre sonrası keyifli bir ameliyat gününü daha tamamladık (…)"*gibi ifadelere yer verilmesinin yanı sıra hastaların tedavi görüntüleri ile tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-Tıbbi Deontoloji 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,

- 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 **Erer Sağlık ve Eğitim Kurumları İşletmeciliği A.Ş. (Koru Ankara Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No:** **2022/5441**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Nursel Ünsal YILMAZ**

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "opr.dr.nurselunsalyilmaz" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Tespitler: İnceleme konusu mecrada, " *Her İki gözüne de katarakt ameliyatı yaptığımız hastamız Meral Hanım’ın memnuniyetini ve mutluluğunu heyecanla dile getirmesini görmek bizi de mutlu etti... Bugün de bir hastamızı daha göz kapağı estetik cerrahisi (Blefaroplasti) ile genç ve güzel görünümüne kavuşturduk (…)"*gibi ifadelere yer verilmesinin yanı sıra hastaların tedavi görüntülerine 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 **Dr. Nursel Ünsal YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No:** **2022/5636**

**Şikayet Edilen:** **RL Clinic Sağlık Turizm Ve Tic. A.Ş.**

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde " r.l.clinic"" isimli hesap üzerinden yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.01.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Tespitler: Kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık hizmeti sunmaya yetkili olmadığı halde inceleme konusu tanıtımların 01.02.2023 tarihli görünümünde, " *örnek olarak, "En gelişmiş selülit tedavisi...%90 memnuniyet oranı...Selülit tedavisinde geleceğin teknolojisi...Selülit ve gevşek cildin 5 ana nedeninden kurtulmanıza yardımcı olan non-invaziv tedavi...Selülitte dünya lideri! %89 memnuniyet oranı ile ilk FDA onaylı selülit tedavisidir. Tedavide etkisi kanıtlanmış iki yaklaşımı birleştiren tek cihazdır... "* gibi tabipler tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin gerçekleştirildiği yönünde izlenim oluşturulmasının yanı sıra kuruluşun "RL Clinic" ismiyle tanıtılarak bir "sağlık kuruluşu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda, 'sağlık kuruluşu' olarak ruhsatlandırılmadığı halde inceleme konusu tanıtımlarda tabipler tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin yapıldığı yönünde izlenim oluşturulmasının yanı sıra kuruluşun "RL Clinic" ismiyle tanıtılarak bir "sağlık kuruluşu" olarak faaliyet gösterdiği yönünde izlenim oluşturduğu,

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 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 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 61maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **RL Clinic Sağlık Turizm Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No:** **2022/474**

**Şikayet Edilen:** **Dr.Fahrettin YILDIZ**

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde " drfadrettinyildiz" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.01.2023, 01.02.2023 ve 02.01.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

Tespitler: İnceleme konusu hesabın, 26.01.2023, 01.02.2023 ve 02.01.2023 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, *‘…Hastalarımızla muayene sonrası onları anlayıp önerilerde bulunuyorum. Sonrasında ağrısız ve acısız işlemlerle onları mutlu etmeye çalışıyorum. Sizleri de @r.l.clinic e beklerim…2.2 Cc juvederm dolgu sonrası değişen nasolabiyal çizgiler daha genç ve dinamik görünüm @R.L.CLİNİC… Nazolabiyal çizgilere dolgu uygulaması sonrası daha genç bir görünüme sahip olmak çok kolay…bu güzel hanıma tüm yüz botoks uygulaması elmacık dolgusu ve jawline (çene) dolgusu yaptık şimdi çok mutlu…’* gibi ifadelere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile uygulama öncesi ve sonrasına ait 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 faaliyetlere ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam’’ niteliğinde olduğunun değerlendirildiği, inceleme konusu sosyal medya hesabında iletişim bilgisi olarak *‘Alacaatlı Cad. 3306/1 Sok. No:3 Ankara, Turkey 0505 797 15 15’* bilgilerinin paylaşıldığı, ayrıca söz konusu sosyal medya hesabının ana profil bilgileri kısmında ‘*rl clinic’* ismine yer verildiği ve muhtelif tarihli paylaşımlarda söz konusu kuruluşa dair etiketlemelerde bulunulduğu, paylaşılan adres ve telefon bilgisinin adı geçen ve etiketlemelerde bulunulan ‘*rl clinic’* isimli güzellik salonu olarak faaliyet gösteren kuruluşa ait olduğu, şikayete konu sosyal medya hesabında yer alan sağlık hizmeti sunumuna ilişkin tanıtımlarda resmi olarak hizmet sunulan yer dışında başka bir kuruluşa ait adres ve iletişim bilgilerine yer verilmesinin ve başka bir kuruluşa ait ismin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici 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 Geçici 5/2 ve 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. Fahrettin YILDIZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2022/1304**

**Şikayet Edilen: Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizm. A.Ş. (Özel Veni Vidi Göz Sağlığı Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *"Veni Vidi Göz"* isimli hesap, Youtube isimli paylaşım sitesinde *"VeniVidiGozTV"* isimli hesap ve www.venividigoz.com adresli internet sitesi üzerinden yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.05.2022, 10.12.2022, 01.02.2023, 14.02.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *"Veni Vidi Göz"* isimli hesap içinde yer alan https://www.facebook.com/venividigoz/videos/768458051172453/?extid=NS-UNK-UNK-UNK-IOS\_GK0T-GK1C URL adresinde yayınlanan reklamda Elif SAKAR isimli hastanın No Touch Lazer operasyonuna ilişkin sürecinin ayrıntılı olarak anlatıldığı, söz konusu hastanın başka sağlık kuruluşlarına gittiği ve kendisine tedavisinin mümkün olmadığının söylendiği, ancak Veni Vidi Göz Sağlığı Merkezi tarafından gerçekleştirilen No Touch Lazer ameliyatı ile hastanın gözlük ve lenslerinden kurtulduğu, buna ek olarak, gözlük ve lensler hakkında olumsuz izlenim oluşturacak ifadelerin kullanıldığı, Op. Dr. Gökşen BEKİŞ'in tedavi süreci ile ilgili ayrıntılı yorumlarının yer aldığı; Youtube isimli paylaşım sitesinde *"VeniVidiGozTV"* isimli hesap içinde yer alan https://www.youtube.com/watch?v=MlqIMOsMMcw URL adresinde yayınlanan reklamda Op. Dr. Özer KAVALCIOĞLU'nun *"No Touch Laser Tedavisinin Avantajları Nelerdir?"* başlığı altında bahsi geçen tedaviye yönelik ayrıntılı ve talep yaratıcı açıklamalarda bulunduğu, ayrıca, inceleme konusu mecrada benzer bir dizi videonun hâlihazırda yayımlanmaya devam ettiği; www.venividigoz.com adresli internet sitesinde “*Yeni Yıla Özel Göz Lazerde Tek Fiyat”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

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

İnceleme konusu Facebook reklamında, Elif SAKAR isimli hastanın No Touch Lazer operasyonuna ilişkin sürecinin ayrıntılı olarak anlatıldığı, söz konusu hastanın başka sağlık kuruluşlarına gittiği ve kendisine tedavisinin mümkün olmadığının söylendiği, ancak Veni Vidi Göz Sağlığı Merkezi tarafından gerçekleştirilen No Touch Lazer ameliyatı ile hastanın gözlük ve lenslerinden kurtulduğu, buna ek olarak, gözlük ve lensler hakkında olumsuz izlenim oluşturacak ifadelerin kullanıldığı, Op. Dr. Gökşen BEKİŞ'in tedavi süreci ile ilgili ayrıntılı yorumlarının yer aldığı;

İnceleme konusu Youtube reklamında, Op. Dr. Özer KAVALCIOĞLU'nun *"No Touch Laser Tedavisinin Avantajları Nelerdir?"* başlığı altında bahsi geçen tedaviye yönelik ayrıntılı ve talep yaratıcı açıklamalarda bulunduğu, ayrıca, inceleme konusu mecrada benzer bir dizi videonun hâlihazırda yayımlanmaya devam ettiği;

İnceleme konusu www.venividigoz.com adresli internet sitesinde *"Yeni Yıla Özel Göz Lazerde Tek Fiyat"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiş olup; söz konusu tanıtımlarda geçen ifade ve görüntülerin, sağlık alanında 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;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizm. A.Ş. (Özel Veni Vidi Göz Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine **,**

Diğer taraftan, anılan kuruluşa ait www.facebook.com/VeniVidiGöz adresli internet sitesinin 06.01.2022 tarihli görünümünde; *"gözlük ve lenslerinden kurtulmak isteyen 1000 kişi aranıyor"* başlıklı tanıtımların yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulunun 08/03/2022 tarihli ve 319 sayılı toplantısında, ilgili kuruluş hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verildiği, ancak söz konusu ceza kararının ardından mevzuata aykırı tanıtımlara 2022 yılı içinde ve 2023 yılı Şubat ayı itibariyle de 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, 2023 yılı için belirlenmiş olan idari para cezasının iki katı olarak **(347.128x2)=694.256,-TL (Altıyüzdoksandörtbinikiyüzellialtı Türk Lirası)** uygulanmasına karar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2023/387**

**Şikayet Edilen: Kastamonu Kent Reklam San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bir alışveriş merkezi önündeki panolarda firma tarafından bir güzellik salonu için hazırlanan açık hava reklamlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.04.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava

**Tespitler:** Barutçuoğlu Alışveriş Merkezi önünde yer alan panolarda inceleme konusu firma tarafından Liva Vip Güzellik Salonu için hazırlanan tanıtımlarda, Sağlık Bakanlığı'na ait logo kullanılarak *"FDA ve Sağlık Bakanlığı onaylı hijyen sertifikası"* ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Barutçuoğlu Alışveriş Merkezi önünde yer alan panolarda inceleme konusu firma tarafından Liva Vip Güzellik Salonu için hazırlanan tanıtımlarda, Sağlık Bakanlığı'na ait logo kullanılarak *"FDA ve Sağlık Bakanlığı onaylı hijyen sertifikası"* ibaresinin yer aldığı; ancak, Sağlık Bakanlığı ve Kastamonu İl Sağlık Müdürlüğünce adı geçen kuruluş adına düzenlenmiş herhangi bir sertifika olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, bu tanıtımların tüketicileri yanlış yönlendirici, yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu 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-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam **Kastamonu Kent Reklam 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.

**84)**

**Dosya No: 2022/3090**

**Şikayet Edilen:** **Hülya BAYRAM (Hülya Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hulyaestetik.com adresli internet sitesinin 02.06.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'leke tedavisi, dermapen, iğneli epilasyon, dermaroller, akne tedavisi, leke tedavisi, karbon peeling'* gibi tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara yer verildiği; diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Hülya Estetik Güzellik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.hulyaestetik.com adresli internet sitesinin 02.06.2022 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *'leke tedavisi, dermapen, iğneli epilasyon, dermaroller, akne tedavisi, leke tedavisi, karbon peeling'* 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 “Hülya Estetik Güzellik” 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 kaldırılmış ve aynı Yönetmelik'in Geçici 5'inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. 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,

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, 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 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 **Hülya BAYRAM (Hülya Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2022/3605**

**Şikayet Edilen: Vialife Estetik Güzellik İnşaat Rek. ve Org. Bas. Yay. Gıd. Ltd. Şti. (Vialife Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'vialifeestetik' kullanıcı isimli sayfanın 11.11.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'#çatlaktedavisi, #burunestetiği, #botoks, #dudakdolgusu, #çenedolgusu, #elmacıkdolgusu, #burundolgusu, #mezoterapi, #bişektomi, #prp, #gençlikaşısı, #aknetedavisi, #dermapen, #altıniğne'* gibi tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Vialife Estetik”, “Vialife Beauty Salon” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'vialifeestetik' kullanıcı isimli sayfanın 11.11.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'#çatlaktedavisi, #burunestetiği, #botoks, #dudakdolgusu, #çenedolgusu, #elmacıkdolgusu, #burundolgusu, #mezoterapi, #bişektomi, #prp, #gençlikaşısı, #aknetedavisi, #dermapen, #altıniğne'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda “güzellik salonu” olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Vialife Estetik”, “Vialife Beauty Salon” 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 kaldırılmış ve aynı Yönetmelik'in Geçici 5'inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. 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, “*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 ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen 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 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 **Vialife Estetik Güzellik İnşaat Rek. ve Org. Bas. Yay. Gıd. Ltd. Şti. (Vialife 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.

**86)**

**Dosya No: 2022/3756**

**Şikayet Edilen: Dr. Efekan COŞKUNSEVEN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.03.2022, 22.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dr.coskunseven' kullanıcı isimli sayfanın 22.08.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Bazen sadece hızlı, kusursuz teknolojiye sahip olmak yetmez. Onu kusursuz kullanan ve fayda sağlayan tecrübeli bir ekip gerekir olayın mutfağında. Çok şükür bunlara sahibiz. Geçtiğimiz hafta yaptığımız ilk Smile tedavisi hatıramız. Smile Relax 800 cihazımız, değerli ekibimiz ve ilk hastamız Emre Doruk... Yine bir ilke imza atarak Türkiye'de Zeiss Smile Relex 800'ü kullanmaya başlayan ilk merkez olduk. Bu başarılı teknolojiyi ve cihazı bizlere ulaştıran herkese teşekkür ederiz... Yeni nesil Smile Relex 800 ile ilk hastamızı gözlüklerinden kurtardık... Hangi yaşta olursanız olun, astigmat, miyop, presbiyobi, hipermetrop tedavisinde sonuç her zaman başarılı... Yakın, orta, uzak mesafe görüşünüzü düzeltmek için mercek seçimini birlikte yapıyoruz. Bugünkü ameliyatlarımızdan biri, yurtdışından gelen yabancı bir hastamıza, yakın mesafe görme problemi için femtosaniye lazerli katarakt cerrahisi ile akıllı merceğimizi yerleştirdik. Bu Yaz tatilinde siz de; doğayı, yeşili, maviyi ve tüm renkleri en canlı şekilde görmek ve izlemek istiyorum diyorsanız bekliyoruz...'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere,

Bununla birlikte, www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde şahsa ait'Efekan Coskunseven' kullanıcı isimli sayfanın 09.03.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Başarılı bir Excimer lazer ameliyatı için nasıl bir altyapı gerekir? Bu konuda 3 önemli faktör var; birinci doktorun deneyimi, ikincisi hastanenin altyapısı, üçüncüsü de kullanılan altyapının üstünlüğü. Bugün en güvenilir yöntem dediğimizde biz artık i-Lasik teknolojisinden bahsediyoruz... 7 yaşından beri gözlük kullandığını belirten 2020 Survivor Nisa Bölükbaşı'nın gözlüklerinden kurtulmasına yardımcı olan Efekan Coşkunseven lazer tedavileri hakkında bilgi verdi... Gözlük ve lenslerinizden kurtulmak için uygulanan lazer tedavileri nelerdir...*,*+Yıllardır erteledim, erteledim. Teknoloji de ben ertelediğim sürece tabi ilerlemeye devam etmiş. Buraya geldiğimde Efekan Hoca bana anlattı. Gerçekten rahatladım, sakinleştim. Aklıma lazer diyince birçok şey geliyordu. Mesela en önemlisi şu; acaba ben lazer ameliyatında gözümü oynatırsam ne olur? -Hakan'ın da en büyük korkularından biri bu. Ama biliyorsunuz ki eye-tracker özelliği olan iris tanımalı bir lazer cihazında bu şekilde hareketleri takip edebildiği gibi yine irisi tanıma sayesinde gözün kendi ekseni etrafındaki dönmelerini bile tanıyabiliyor. Artık gözümü oynatır mıyım diye bir korkuyu yaşamaya gerek yok. +En büyük korkum buydu ama bunun da bir cevabı varmış. Bu beni çok rahatlattı tabi... Burada hangi teknolojiyi kullanıyoruz? Öncelikle kişiye özel lazer teknolojisini. Bu nasıl bir teknoloji? Lazer cihazı göze bir ışık yolluyor, bu ışık gözün arkasında bulunduğu değişiklikleri kaydediyor özel bir yöntemle. Sadece bunu kaydetmekle kalmıyor. İrisi bazı noktalardan tanıyarak hastayı tanır hale geliyor. Önce ne yapıyoruz? Femto Saniye lazerle ince bir flap kaldırıyoruz. Kişiye özel lazeri yapıp bu flapi kapatıyoruz. Hastanın hissettiği süre 5 saat. Sadece 5 saat bir yanma batma hissediyor. 5 saat sonra bütün ağrısı geçiyor. +Ertesi sabah kalktığımda da Efekan Hocamın söylediğine göre bambaşka bir bakış açısı görüş bizi bekliyor...'* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

**87)**

**Dosya No: 2022/3873**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Fatma Ülkü ÇİÇEK**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dr.ulkuguraycicek' kullanıcı isimli sayfanın 30.08.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Dostum Sydney gecelerinde gözlüksüz olmak müthiş bir şey. Şuraya Excimer lazerle gözlüğe veda eden şanslı hasta gülümsemesi bırakıyorum...'* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sözü edilen internet sayfasında yer alan tanıtımlar aracılığıyla hekimlik mesleğini icra eden şahsın faaliyetlerine talep oluşturularak, sağlık mevzuatının izin verdiği bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırının aşıldığı, bu durumun da "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. Fatma Ülkü ÇİÇEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2022/3874**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op\_dr\_okan\_ozturk' kullanıcı isimli sayfanın 30.08.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Beni küçüklüğümden beri bilen Hanife ablayı gözlüklerinden kurtarınca 6. ay hatırası yapmasak olmazdı. 50 yaş sonrası uzak ve yakın gözlüklerden kurtulmak isteyen hastalarda ‘Premium’ mercekler bir seçenektir. Ama unutmayın ki, çok çeşit premium mercek var ve hangi hastaya, hangisi etkili olura, Doktor, tecrübe ve bilgisine göre karar vermelidir... Ameliyatın 20. günü, hastamızda uzak gözlük ihtiyacı yok, görmeleri de şimdilik 9/10 seviyesinde ve artık gözlüksüz araba kullanabiliyor...'* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

**89)**

**Dosya No: 2022/3875**

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

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.suleymankaraman' kullanıcı isimli sayfanın 30.08.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Bu keyifli anın nedeni akıllı (trifokal torik) mercek, sevgili Francesco da gözlüklerine veda etti... Miyop ve astigmat değerler gitti, gözlüksüz yaşam geldi... Gözlüklere vedaya devam ediyoruz. Genç yaşlarda gözlüklerden, uygun hastalarda, uygun lazer teknikleriyle, lazere uygun olmayan gözlerde lCL ya da akıllı mercekler seçebiliyoruz... Günün son cerrahisi akıllı (trifokal) mercek ameliyatı oldu. Sevgili hastamız gözlüklerine veda etti... Gözlüksüz yaşamın mutluluğunu gözlük kullanan hastalarımıza sormak lazım. Bu karede mutlu bir cevap var. Akıllı (trifokal) mercek ile gözlüklere vedaya devam ediyoruz...'* 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,

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

**90)**

**Dosya No: 2022/3877**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Hikmet HASIRİPİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 31.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'op.dr.hikmet\_hasiripi' kullanıcı isimli sayfanın 11.07.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Ekzimer, kırılma kusurları veya gözlük kusurları olarak bilinen miyopi (yakın görüş), hipermetropi (uzak görüş) ve astigmatizmanın tedavisi amacıyla kullanılan bir lazer çeşididir. Pek çok üstünlükleri ve farklı uygulama şekilleri ile ekzimer lazer tedavisi hem tashih yöntemlerini hem de diğer tedavi yöntemlerini geride bırakmıştır. Ancak her tıbbi girişimde olduğu gibi bu tedavinin de avantaj ve dezavantajları vardır. Lazer tedavisini düşünen kişinin sonuçtan memnun kalabilmesi için bu yöntemin artı ve eksilerini iyi bilmesi gerekir... Gözlüklerimiz görmeyi kolaylaştırdığı kadar yaşamımızı zorlaştırıyor mu? Gözlükler birçoğumuz için yaşamımızın içinde ayrılmaz bir parça bu doğru. Ancak bir* *protez işlevi görmesi dolayısıyla da bazı aktivitelerde bizler için yaşamı zorlaştırabiliyor. Lazer tedavisi uygun hastalarda yaşam kalitesini destekleyen bir tedavi yöntemi... Lazer tedavisi ile gözlüklerden kurtulmak mümkün...'* 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,

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

**91)**

**Dosya No: 2022/4147**

**Şikayet Edilen: Sibel İLGEN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'isabelzey\_beauty' kullanıcı isimli sayfanın 19.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'leke tedavisi, lazerle kaş silme, dermapen, dudak dolgusu, göz altı ışık dolgusu, saç mezoterapisi, saç prp, sivilce tedavisi, burun dolgusu, çene dolgusu'* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'isabelzey\_beauty' kullanıcı isimli sayfanın 19.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'leke tedavisi, lazerle kaş silme, dermapen, dudak dolgusu, göz altı ışık dolgusu, saç mezoterapisi, saç prp, sivilce tedavisi, burun dolgusu, çene dolgusu'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bilindiği üzere; sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların ruhsatlandırılmış sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiğinin hüküm altına alındığı,

Bu bağlamda, sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan şahsın, inceleme konusu sosyal medya hesabında tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ıncı maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik’in 29/5 inci 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 **Sibel İLGEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2022/4619**

**Şikayet Edilen: Tan Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'tanguzelliksalonu' kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'dövme, sivilce tedavisi, selülit tedavisi, leke tedavisi, akne tedavisi, komedon tedavisi, saç mezoterapisi, prp, dermapen'* gibi tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'tanguzelliksalonu' kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2022 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'dövme, sivilce tedavisi, selülit tedavisi, leke tedavisi, akne tedavisi, komedon tedavisi, saç mezoterapisi, prp, dermapen'* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca, tıbbi işlemlere ilişkin uygulama öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

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 kaldırılmış ve aynı Yönetmelik'in Geçici 5'inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. 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,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen 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 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 **Tan Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile kuruluşa ait 'tanguzelliksalonu' kullanıcı isimli sayfada yer alan paylaşımların eski tarihli olması hususu reklam verenin bilgi ve belge talep yazısına cevap vermemesi hususuyla birlikte değerlendirilerek 'tanguzelliksalonu' kullanıcı isimli ve "https://www.instagram.com/tanguzelliksalonu/" URL adresli sayfaya yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

**GIDA**

**93)**

**Dosya No: 2022/2759**

**Şikayet Edilen: Getir Perakende Lojistik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Getiryemek Müdavimleri Yedikçe Kazanıyor” temalı kampanya reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklam görselinde yer alan kampanya detaylarında kampanyanın “Müdavim” uygulaması dâhilindeki restoranlarda geçerli olduğunun belirtildiği 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 varılarak 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.

**94)**

**Dosya No: 2022/3776**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “İlk siparişine 40 TL indirim” temalı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan reklamda, **“**Trendyol Hızlı Market” uygulaması üzerinden verilecek 80 TL ve üzeri ilk siparişe 40 TL indirim uygulanacağının belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamda belirtildiği üzere 80 TL’lik ilk siparişe 40 TL indirim uygulanacağının belirtilmesine karşın minimum sepet tutarı nedeniyle tüketicilerin 80 TL’den fazla alışveriş yapmaya yönlendirildiği ve bu suretle anılan reklamın 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, ç, 9/1, 9/5, 14/2, 15/1-c ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**95)**

**Dosya No: 2022/4089**

**Şikayet Edilen: Getir Perakende Lojistik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Müdavim ile yedikçe 40 TL hediye” başlıklı reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Getiryemek” isimli mobil uygulamada 2022 yılının Eylül ayında yer verilen reklam ve tanıtımlarda, “*Müdavim ile yedikçe 40 TL Hediye. Detaylar için tıklayın*” ifadelerine ve “*Detaylar için tıklayın*” sekmesine tıklandığında yönlendirilen *“Duyuru Detayı*” başlıklı sayfada “*5 siparişe 1 sipariş hediye! Restoran Getirsin seçeneği bulunan seçili restoranlardan hediye siparişler sizi bekliyor!”* şeklinde kampanyanın ana vaadine yer verildiği, sayfanın alt kısmında ise kampanya katılım koşullarının açıklandığı; kampanyanın ana vaadinin “*Getiryemek’ten 5 siparişe 1 sipariş hediye*” ve “*Restoran Getirsin seçeneği bulunan seçili restoranlardan hediye siparişler sizi bekliyor!”* olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kampanya ana vaadinde sunulan hediye sipariş hakkının, kampanya katılım koşullarında ana vaadin sağladığı avantajı tamamen ortadan kaldıracak ve ana vaatle uyumsuzluk ve çelişki içerecek şekilde “restoran indirimi”, “kazanılan indirim”, “indirim tutarı” ve “indirimli sipariş kazanımı” şeklinde ifadelerle nitelendirildiği, ayrıca “Bu kampanya kapsamında kazanacağınız indirim tutarı, vereceğiniz 5 siparişte ödeyeceğiniz toplam tutarın ortalaması kadar olup, bu tutar en fazla 40 TL olabilir.” şeklindeki katılım şartıyla da hediye sipariş hakkı kapsamında sağlanan faydanın, sipariş bedelinin “Getiryemek” tarafından karşılanarak hediye edilmesi şeklinde değil önceki 5 siparişte ödenen toplam tutarın ortalaması kadar olup bu tutarın da en fazla 40 TL ile sınırlandırıldığı, “Getiryemek” tarafından tüketicilere reklamlarda vaat edildiği şekilde yemek siparişi hediye edilmediği ancak 5 siparişin ardından verilen altıncı siparişin 40 TL indirimli olarak satın alınabildiği, dolayısıyla söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/2, 15/1-a, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 18/7 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Getir Perakende Lojistik Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddesi uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2022/4481**

**Şikayet Edilen: Yemek Sepeti Banabi Perakende Gıda Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Yemeksepeti Market” uygulamasında yayımlanan“Golf Royal Gourmet Meyve Sepeti & Silifke Çileği 850 ml” adlı ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Reklamda “Golf Royal Gourmet Meyve Sepeti & Silifke Çileği 850 ml” adlı ürünün fiyatının %35 indirimle 52,50 TL’den 34.12 TL’ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu reklamlarda vaat edilen indirimin uygulanmadığı ve kampanyanın tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**97)**

**Dosya No: 2022/4696**

**Şikayet Edilen: Aroma Bursa Meyve Suları ve Gıda San. Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Aroma Sa-de Detoks” isimli gıdaya ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.aroma.com.tr/urun/aroma-sa-de-detoks/ URL adresinin 24.10.2022 tarihli görünümünde yer alan reklamda “Aroma Sa-de Detoks” adlı ürünün “*Aroma Detox’un içeriğindeki yeşil çay ektresi ve C vitamini, metabolizmayı ve kan dolaşımını hızlandırır, ödem atımına ve vücudu arındırmaya yardımcı olur.”, “8,15 alkali su içmek vücudun toksik maddelerden temizlenmesini sağlar.”* şeklinde ve ürün ambalajı üzerinde *“Metabolizmayı hızlandırmaya ve ödem atımına katkıda bulunur.”* ifadelerine yer verilerek tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1 ve 8/2 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Aroma Bursa Meyve Suları ve Gıda San. Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2022/4722**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Trendyol Hızlı Market” uygulaması üzerinden gerçekleştirilen “Starbucks” markalı ürün reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.10.2022-13.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, “Trendyol Hızlı Market” uygulamasında “Başgimpa” isimli üye iş yerinden yapılacak alışverişlerde “Starbucks” markalı ürünlerin %93 indirimle 7,90 TL yerine 0,50 TL’den satışa sunulduğuna ilişkin bilgiye ve kampanyanın bir üründe geçerli olduğu bilgisine yer verildiği 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.

**99)**

**Dosya No: 2022/4724**

**Şikayet Edilen: Yemek Sepeti Elektronik İletişim Perakende Gıda Lojistik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Yemeksepeti” uygulaması üzerinden gerçekleştirilen indirim kuponu reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, “Ödemeniz reddedildi. Lütfen farklı bir ödeme yöntemi deneyin.” ifadelerine yer verildiği ve 40 TL yemek kuponunun uygulandığı 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.

**100)**

**Dosya No: 2022/4759**

**Şikayet Edilen: Eeose Lab. Koz. ve İlaç San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “sorvagentr” kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yayımlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.08.2022, 20.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “sorvagentr” kullanıcı adıyla Instagram üzerinden yayımlanan hikaye paylaşımında, firmanın ürünü Sorvagen Smart For Kids görseli ile birlikte “*Dikkat Dağınıklığı, Öğrenme Becerisi, Hafıza Destekleyici, Göz Görme Sağlığı*” ifadelerinin kullanıldığı; aynı hesap üzerinden 23 Ağustos 2022 tarihinde yayımlanan paylaşımda Prof. Dr. Osman Müftüoğlu’nun katıldığı bir programda kullanılan *“Keskin zeka önemli. Zeka keskinliğini arttıran pek çok madde var ama bizim 3 tanesi favorimiz. DHA (Dokosaheksaeonik Asit) Omega 3: Beyin Omega 3’ü. B12 Vitamini ve son zamanlarda çok konuşulan Sitikolin dediğimiz madde. Sitikolin sadece zeka keskinliğini arttırmıyor bilişsel fonksiyonlardaki gerilemeyi de azaltıyor*.” ifadeleri ile birlikte *“#Odaklanma #Unutkanlık #DikkatDağınıklığı #OkulBaşarısı #Bellek #HafızaGüçlendirme #Sorvagen #SorvagenSMART*” etiketlerinin; 20 Ekim 2022 tarihinde yayımlanan paylaşımda ise yine Prof. Dr. Osman Müftüoğlu’nun “DHA, B12 ve Sitikolinin menopoz çağındaki kadınlara, sisli beyin yaşayan her yaştaki kişilere, okul başarısızlığı olan dikkat dağınıklığı olan problem çözmede zorlanan kişilere verilebileceğine" dair ifadelerinin ve *“#Odaklanma #Unutkanlık #DikkatDağınıklığı #OkulBaşarısı #Bellek #HafızaGüçlendirme*” etiketlerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan bu ifadelerin birer sağlık beyanı olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağından gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Eeose Lab. Koz. ve İlaç San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2022/4534**

**Şikayet Edilen: Kafkas Pasta Şekerleme San. ve Tic.A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Kafkas Kestane Şekeri 6'lı" ürününün ambalaj ve tanıtımları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemede, "Kafkas Kestane Şekeri 6'lı" ürününün ambalajı üzerinde 120 gr yazdığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın sunduğu rapor ve ürün örneklerinden ürünün ambalajında ürünün 120 gr olarak belirtildiği, yapılan ölçümlerden ürünün net ağırlığına ilişkin bilginin tüketicileri yanıltıcı 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.

**102)**

**Dosya No: 2022/4855**

**Nestle Türkiye Gıda Sanayi A. Ş.’ye** ait SMA Opti Pro ürünlerine ilişkin tanıtımlar ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin ek bilgi ve belge temin edilmesi gerekçesiyle **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2022/5724**

**Şikayet Edilen: Nail Gökhan TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde "Fitgreen detox" mağaza adıyla yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.01.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.trendyol.com adresli internet sitesinde şahsa ait "Fitgreen detox" mağaza adıyla yapılan tanıtımların 05.01.2023 tarihli görünümünde;

“FİTGREEN Form Çayı” isimli ürün tanıtımında, *“Zayıflama. Kilo Vermeye Yardımcı. Fazla Kilolarınızdan Kolayca Kurtulun. Yağ Yakar (...) ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1 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, 26/1 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**104)**

**Dosya No: 2022/3772**

**Şikayet Edilen: Ülkü ALPAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/kocaelibrownteaofficial uzantılı URL adresinin 27.09.2022 tarihli görünümünde "Brown Kapsül" isimli ürünün; "*diyet spor olmadan 5 ila 12 kilo arası zayıfla*" şeklinde ifadelerle yapılan tanıtımları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/kocaelibrownteaofficial uzantılı URL adresinde ‘*diyet spor olmadan 5 ila 12 kilo arası zayıfla*’ 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 **Ülkü ALPAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2022/5454**

**Şikayet Edilen: Hasatsonu Gıda ve Tarım Ürünleri Lojistik San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli e-ticaret sitesinde ‘Hasatsonu’ mağaza adıyla yapılan ‘Bamya tohumu detoks ve türevleri’ ürünlerinin tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/magaza/hasatsonu-m-648448?sst=0 uzantılı URL adresinin bulunduğu e-mağaza adresinde ‘*1 ay sonunda kullanıcıların çoğunun 8-10 kiloya kadar kilo kaybı yaşaması görülebilir.*’ 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 **Hasatsonu Gıda Ve Tarım Ürünleri Lojistik San. 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: 2022/5586**

**Şikayet Edilen: Demirsoy Tarım Hayvancılık ve Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait olduğu tespit edilen Gochek.Naturals isimli Instagram hesabında "Gochek Ham Bal" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Gochek.Naturals isimli Instagram hesabında gerçekleştirilen "Gochek Ham Bal" isimli ürün tanıtımlarının 03.01.2023 tarihli görünümünde, *"Gochek Ham Bal" isimli ürünün iyileşme sürecini kimi durumlarda 2 güne düşürdüğünü ve öksürüğü yüzde 50 azalttığı saptandı."* 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 **Demirsoy Tarım Hayvancılık ve Gıda Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2023/275**

**Şikayet Edilen: Alaçatı Değirmeni Bitkisel ve Organik Ürünler Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif internet sitelerinde gerçekleştirilen zayıflama ürünleri tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.01.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**https://www.hepsiburada.com/zuppa-tablet-30-tablet-s-pm-HBC00003E18Q7 ve https://www.trendyol.com/zuppa/zuppa-tablet-30-tablet-s-vegan-formul-p-444296524uzantılı URL adreslerinde tanıtımları gerçekleştirilen ürün görselinde ‘*Zayıflamaya ve tok tutmaya yardımcı gıda takviyesi*’ 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 **Alaçatı Değirmeni Bitkisel ve Organik Ürünler Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2022/2381**

**Şikayet Edilen: One More Medikal Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.onemoreglobal.com/ adresli internet sitesindeki ve https://www.youtube.com/watch?v=\_wmHpzUV0iI uzantılı URL adresinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.youtube.com/watch?v=\_wmHpzUV0iI uzantılı URL adresinde yer alan reklam filminin 08.06.2022 tarihli görünümünde "One More International B 12 Plus" adlı ürünün; "B12; B12 vitamininin ana görevi, kırmızı kan hücresi üretimi ve merkezi sinir siteminin korunmasıdır. Eksikliğinde anemi, denge kaybı, bacak ve kollarda uyuşma, karıncalanma, güçsüzlük gibi belirtiler görülebilir. Folik Asit; Vücutta kan yapımı ve yeni hücre oluşumu süreçlerinde rol oynar. Folik asit damar sertliğini azaltarak kalp krizi, bunama ve felç gibi rahatsızlıkların oluşmasını engeller." şeklinde, One More International Melatonin Plus adlı ürünün; "Uyku Düzenliyici, Migren ve Kansere Karşı Koruyucu. Melatonin; Migren ataklarını azaltmaya yardımcı, damar tıkanıklığını engellemeye, gece boyunca kan pıhtısı oluşumunu azaltmaya yardımcı ve kanserle savaşan T ve B lenfosit sayısını artırıyor. Bunlarla beraber Alzheimer, Parkinson, Hipertansiyona karşı yararlı olduğu bilinmektedir." şeklinde, One More International Painless Night Glu adlı ürünün; "Enerji verir. Vücut toksinlerini atar. Hücreleri Yeniler. Kan dolaşımını dengeler. Bağışıklık sitemini güçlendirir." şeklinde, One More International Slim Style adlı ürünün; "Doyum hissini körükler. Metabolizmayı hızlandırır, selülit gidermede, hazımsızlığa karşı etkilidirler. Yağın enerjiye dönüşmesini kalori yakımını hızlandırır. Enerji verir." şeklinde ifadelerle tanıtımlarının gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya önlendiği izleniminin oluşturulduğu, buna ilaveten mezkur reklamlarda hastalık isimleri ile 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 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/2, 9/1, 13/1 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 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **One More Medikal Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüz elli beş bin yedi yüz on iki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2022/2656**

**Ancor Pharma Veterinerlik A.Ş.** unvanlı şirkete ait www.feliway.com.tr adresli internet sitesinde Feliway markalı ürüne yönelik tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğuna yönelik şikayeti içeren dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak Tarım ve Orman Bakanlığından bilgi talep edilmesi istemiyle dosyanın **ertelenmesine**  karar verilmiştir.

**110)**

**Dosya No:** **2022/4891**

**Şikayet Edilen: Özçakırlar Gıda Sanayi Ticaret-Süleyman Tunahan Özçakır**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.koycegizbali.com adresli internet sitesinde yer alan bal reklamları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.koycegizbali.com adresli internet sitesinin 30.11.2022 tarihli görünümünde, "Kb Köyceğiz Balı Çörekotu Balı 660 G Kavanoz" adlı ürün ile ilgili; *"İşlenmiş bal, ısıltıdığı ve ardından soğutulduğu aynı zamanda filtrasyon işlemi yapılarak poleninin alındığı bir prosesten geçer. Bu işlem normalde kristalize olan balı önlemek için yapılır ve rengi berrak homojen hale getirilir. Bununla birlikte yüksek ısı vitamin, mineral, enzim ve amino asitlerin çoğunu öldürerek sağlıklı olan tarafını kaybetmesini sağlar. (…)Bitkinin kendine has özelliklerini içeren Çörek Otu nektarını, arılar topladıktan sonra kovanda olgunlaştırırlar. Arıcılarımızın kovandan aldığı ve bizim de en doğal haliyle sofralarınıza ulaştırdığımız Köyceğiz Balı Çörek Otu Balı’nın mucizevi birçok etkisi vardır. Gün boyu enerji ve konsantre seviyenizi korumanıza ve arttırmanıza yardımcı olduğu. Ve hafızanızın güçlenmesinde fayda sağladığı bilinmektedir. Ayrıca hücre yenilenmesine destek olur. Hazmı kolaylaştırır. Karaciğer dostudur ve vücudunuzda toksin oluşumunu engellemeye destek olur. Bağışıklık sisteminizi güçlendirerek hastalıklara karşı korunmanıza yardımcı olur. (…)Köyceğiz Balı Çörekotu Balı’nda Fenolik ve Antioksidan analizi; Antioksidanlar vücutta serbest radikallerin oluşumunu engelleyerek hücrenin zarar görmesini önleyen bileşiklerdir. Bu reaksiyonlar yiyeceklerde toksik olabilmekte ve sağlık problemlerine sebep olabilmektedir. Kısaca antioksidan aktivite vücuttaki oksidatif reaksiyonları azaltabilmektedir. Köyceğiz Balı Çörekotu Balı’nın enzimatik ve enzimatik olmayan antioksidanlarca zengin olduğu bilinmektedir. Köyceğiz Balı Çörekotu Balı’nın bileşiminde bulunan flavonoidler ve fenolik asitler ile bunun yanında tokoferoller, alkaloidler, askorbik asit gibi antioksidan etkiye sahip bileşiklerce zengindir. Köyceğiz Balı Çörekotu Balı’nın rengi genel olarak içeriğinde bulunan karotenoid ve flavonoidlere bağlıdır. Koyu renkli balların antioksidan madde içeriği fazladır. Kısaca bal antioksidan yönünden zengin bir gıda olup yöre ve mevsime göre değişkenlik gösterebilir. Köyceğiz Balı Çörekotu Balı’mızda fenolik bileşiklerin oranı mgGAE/kg cinsinden 1066.543’tür."* şeklinde,

"Kb Köyceğiz Balı Arı Sütü Bal Propolis Karışımı 250 G Cam Kavanoz" adlı ürün ile ilgili; *"\* Propolis, arılar tarafından kovanlarını dışarıdan gelen hastalık ve diğer tehlikelere karşı korumak için değişik bitki özlerinden toplayıp, kovanın bir üründür. Yapışkan, reçinemsi bir maddedir. Balarısı yaşadığı kovanı dış etkenlerden, mikroorganizmalardan ve diğer zararlılardan korumak için propolisle kaplar. Propolis larvalara, mantar ve bakterilere karşı antibiyotik etki gösterir. \* Yapısında 300'den fazla bileşik bulunmaktadır. Bu bileşikler iklime ve toplandığı zamana göre değişebilmektedir. Propolisin bileşiminde reçine, bal mumu, fenalik bileşikler ve uçucu yağ gibi organik mahiyette önemli içerikler bulunmaktadır. Bu bileşikleri yüzdelik paylarla ifade edersek %50'si reçine, %30'u mum, % 10'u farmakolojik etkileri olan çok değerli bileşikler, %5'lik kısmı polen, %5'lik kısmı da demir, kalsiyum, magnezyum gibi elementleri kapsayan minerallerden ibarettir. Asıl bu mucizevi maddeyi eşsiz kılan %10'luk kısmını oluşturan az önce farmakolojik bileşik diye ifade ettiğimiz yağ asitleridir. \* Propolisin güçlü bir antioksidan etkisi vardır, kanser tedavisinde potansiyel olduğu gibi, kanser öncesi lezyonlar için de etkilidir. Propolis mikropların vücuttaki dirençlerini kırarak iyileşmenizde rolü vardır. \* Kalp ve damar sağlığı için kullanılabilecek bire bir ürün olup, kılcal damarlardaki çatlamaları engeller, hipertansiyona iyi gelmektedir. \* Propolis midede ülser, gastrit ve kanserin ana kaynağı olan helikobakter pilori maddesini yok ederek mideden muzdarip insanların yüzünü güldürmeyi başarmaktadır. \* Bademcik iltihabı, faranjit ve menenjit'in iyileşmesinde etkilidir. Ağız ve boğaz mukozası ve diş eti sağlığı için oral yolla alındığında, gargara yoluyla kullanıldığında da oldukça güçlü bir etkiye sahiptir. \* Bağışıklık sistemini ve metabolizmayı güçlendirir. \* Propolisin bilinen bir zararı yoktur. Mükemmel bir besin takviyesidir, ilaç değildir. \* Satışını yaptığımız tüm ürünlerimiz şeker vs. kesinlikle hiçbir katkı maddesi içermez, %100 doğaldır, saftır, istediğiniz yerde analiz yaptırabilirsiniz."* şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şikayete konu 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 mezkur reklamlarda hastalık isimleri ile 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 Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/2, 9/1, 13/1 maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Özçakırlar Gıda Sanayi Ticaret-Süleyman Tunahan Özçakır** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2022/4933**

**Şikayet Edilen: Pektamin Farma Kozmetik San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Zühre Anadan" markalı muhtelif takviye edici gıda ürünlerine yönelik gerçekleştirilen reklamlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 14.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://zuhreanadan.com.tr/blogs/bloglarimiz adresli internet sitesinin 14.11.2022 tarihli görünümünde, "Çam Kozalağı" ile ilgili; “*ÇAM KOZALAĞININ FAYDALARI NELERDİR? | ÇAM KOZALAĞI. Milyonlarca çeşidi olan çam ağacında yetişen kozalakların insan sağlığına faydası oldukça fazladır. Uzak doğuda tıbbı tedavide sıklıkla kullanılan çam kozalağı hakkında çoğu kimse süs eşyası yapar. Dekor amaçlı kullanılan çam kozalağı kış aylarında üst solunum yolları hastalıklarında doğal tedavi olarak tüketilir. Çam kozalağı mevsim geçişlerinde bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı vücut direncini arttırır. 1- Çam kozalağının içinde bulunan yağlar enfeksiyon ve soğuk algınlığını önler. 2- Yeni olmaya başlayan kozalaklar gastrit ve ülser ağrılarını hafifletir. 3- Mide hastalıkları tedavisinde faydası büyüktür. 4- Çam kozalakları antioksidan bakımından zengindirler. 5- Çam kozalakları kanı temizlemektedir. 6- Çam kozalakları bağışıklık dengelemeye yardımcı olmaktadır*.” şeklinde,

"Kara Mürver" ile ilgili; *“BAĞIŞIKLIK DOSTU | KARA MÜRVER. Bağışıklık Dostu Kara Mürver Hakkında Bilinmesi Gerekenler. Kara mürver bağışıklık desteği sağlayan bileşikler bakımından oldukça zengindir. Yüksek orandaki C vitamini bağışıklık sisteminde önemli rol oynayan T hücrelerinin görevlerini yerine getirmesine yardımcı olur. Aynı zamanda enfeksiyonlara karşı bağışıklık tepkilerini düzenlemeye yardımcı olan A vitamini içerir. Kara mürver meyvesi antosiyanin, vitamin ve mineraller açısından zengin bir besin kaynağıdır. A, C ve B6 vitaminlerinin yanı sıra kalsiyum ve demir mineralleri içerir. İnsan sağlığı için faydalı olduğu bilinen sterol, tanen ve uçucu yağlar bakımından da zengindir. İçeriğindeki bu yararlı bileşenlerden dolayı halk hekimliğinde binlerce yıldır farklı amaçlar için kullanılır. Geleneksel tıpta kara mürverin çeşitli rahatsızlıklar üzerinde olumlu etki gösterdiğine inanılır. Kara mürver neye iyi gelir diye merak edenler için alternatif tıptaki başlıca kullanım amaçları şunlardır: Bağırsak fonksiyonlarını iyileştirmek, Kabızlığı önlemek, Kan basıncını düzenlemek, Kardiyovasküler hastalıklara karşı koruma sağlamak, Sinüs tıkanıklığını rahatlatmak, Soğuk algınlığı ve boğaz ağrısını hafifletmek.”* şeklinde,

"Yaban Mersini" ile ilgili; *“ZENGİN LİF KAYNAĞI | YABAN MERSİNİ. Yaban Mersini görüntü olarak küçük olsa da faydaları açısından boyutlarını aşmaktadır. Bir avucu bile dünyada en besleyici meyveler arasındadır. Yaban mersini hem besleyicidir hem de zengin bir antioksidan kaynağıdır. - Yaban Mersini hızlı kilo vermek ve kilo kontrolü sağlamak açısından birincil yardımcılardan biridir. Hızlı kilo vermenizin yanı sıra, bir porsiyon Yaban Mersini ile günlük lif ihtiyacınızın %14’ünü karşılayabilirsiniz. Lif tüketimi sindirim sisteminde yavaş hareket ettiğinden açlık hissinizi ve ihtiyacınızı bastıracaktır. Çeşitli hayvanlar üzerinde yapılan deneyler kilo kaybı sağlayan Yaban Mersini etkilerini doğrulamıştır. - Yaban Mersini ile ilgili çalışmalar beslenme yararı bakımından obeziteye bağlı koşulları nötralize ettiğini ortaya çıkarmıştır. - Yaban Mersininin anti-enflamatuar etkisi yüksek tansiyon ve obezite ilgili metabolik bozuklukların gelişmesini önlemektedir. - Yaban Mersini ağız sağlığı için oldukça faydalıdır. Yaban Mersini ağız içinde oluşan enflamasyon durumunda yaranın iyileşmesinde yarar sağlar. - Şeker hastalığının tedavisinde faydalı olduğu araştırmalar ile kanıtlanmıştır.”* şeklinde,

"Kırmızı Ginseng" ile ilgili; “*VİTAMİN DEPOSU | KIRMIZI GİNSENG. Çin, Japonya ve Uzak Doğu ülkelerinde tedavi amaçlı kullanılan kırmızı ginseng bitkisinin tüm dünyaya ihracatı yapılmaktadır. Şifa kaynağı olarak bilinen kırmızı ginseng bitkisinin faydaları ise şunlardır; - Kırmızı ginseng bitkisinin güçlü antioksidan özelliği bulunmaktadır. Bu sayede bağışıklık sistemini güçlendirmektedir. - Kırmızı ginseng adaptojen bir bitki türü sayıldığı için vücuda dengeleyici bir etki yaratır. Bu nedenle vücudu sinir ve stresten korur. - Vücutta beyin fonksiyonlarının daha sağlıklı bir şekilde çalışmasını sağlamaktadır. - Kırmızı ginseng bitkisi vitamin deposudur. Bu nedenle daha enerjik ve zinde olunmasını sağlar. - Kötü kolesterol üzerinde dengeleyici etkisi bulunur. - Kalp ve damar hastalıklarına yakalanma riskini azaltır. - Kansere yakalanma riskini azaltır.”* şeklinde,

"Servi Kozalağı" ile ilgili; *“DOĞADAKİ MUCİZE | SERVİ KOZALAĞI. Doğadaki Mucize | Servi Kozalağı. Kozalakları kış aylarında yeşil iken toplanıp kurutulan kozalaklardır. (olgunlaşmış kozalaklar etkisizdir) İshal kesici, ateş düşürücü, terletici, idrar artırıcı ve kan kesici etkileri vardır, şeker hastalığında ve en şiddetli öksürüklerde bile faydalı olur. Servi kozalağı tüm damarları, bilhassa kalp damarlarını yumuşatır, tansiyonu yavaş bir şekilde düşürür, kan damarları iltihabı, damar spazmları, damar sertliği ve damarların zayıflaması halinde çok faydalı olur, tansiyondan meydana gelen damar yırtılmalarını önler, mide ve karaciğere, dalağa, bağırsaklara kuvvet verme konusunda faydaları olduğu bilinmektedir.”* şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 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 mezkur reklamlarda hastalık isimleri ile 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 maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/2, 9/1, 13/1 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 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Pektamin Farma Kozmetik San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712-TL (Yüz elli beş bin yedi yüz on iki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2022/4934**

**Şikayet Edilen: Doğal Sağlıklı Yaşam/Recep ÇETİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.dsymarket.com/ adresli internet sitesinde ve https://www.instagram.com/dogalsagliklivasamm/ adresli sosyal medya hesabında yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dogalsaglikliyasamm/ adresli sosyal medya hesabının 09.11.2022 tarihli görünümünde, "Damla Sakızlı Kaktüs Macunu" adlı ürün ile ilgili; *"Nefes Açıcı Kaktüs Meyvesi. Akciğer detoksumuz akciğerlerdeki toksinleri, zararlı organizmaları ve bronşlarda birikmiş olan yapışkan oluşumları vücuttan atılmasını ve temizlenmesini sağlar. Akciğerlerdeki şişlik ve iltihapları temizler. Temizlenen akciğerler sayesinde vücuda daha fazla oksijen girer ve kan dolaşımı artar. Ödem attırır. Katranı temizler."* şeklinde,

"Yeşil Çam Kozalak Özü" adlı ürün ile ilgili; *"Akciğer ve solunum yollarınızı temizleyin.*" şeklinde ve buna ilaveten ürünü kullanan kişilerin yazdığı mesaj ve yorum olduğu ileri sürülerek birçok endikasyon belirten ve tedaviye dair ifadeler içeren şekilde,

"Aspir Yağı" adlı ürün ile ilgili; "*İçeriğindeki linoleic asit sayesinde yağları parçalar ve yakar. Yeni yağ oluşumunu engeller. Kolestrol ve kan şekerini dengeler. Saç dökülmesinin önüne geçer. Sivilce ve akne tedavisinde kullanılır."* şeklinde,

"Süper Form Suyu" adlı ürün ile ilgili; "*Kan şekerini denetlemeye yardımcıdır. Kabızlığı çözer. Ödem attırır. İdrar söktürür."* şeklinde,

"Udi Hindi Yağı" adlı ürün ile ilgili; *"Doğadan gelen mucize udi hindi yağımız vücutta hastalığı bulur ve tedavi eder."* şeklinde,

"Andız Pekmezi" adlı ürün ile ilgili; *"Böbrek taşının düşürülmesini sağlar ve yeni böbrek taşlarının oluşumunu engeller. Ciltte oluşan sedef, egzama gibi yaraları iyileştirmeye yardımcı olur. Andız pekmezi astım, bronşit, soğuk algınlığına iyi gelir. İdrar yolu enfeksiyonlarının iyileşmesini, idrar yolu kanalının temizlenmesini sağlar."* şeklinde,

"Zencefilli Kış Macunu" adlı ürün ile ilgili; *"Ailenizi Hastalıklardan Koruyun... Kış soğuklarından etkilenen bedeninizi bu macun ile koruyabilirsiniz. Grip ve öksürük gibi şikayetlerinizde bir kaşık macun size ilaç gibi gelecektir. #öksürük #öksürükgiderici #hasta #hastalık #balgamsöktürücü #balgam #grip #nezle #nezleşurubu #nezlegrip #bağışıklıkgüçlendirici #bağışıklıkgüçlendirici #hastalıklardankorunma"* şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan 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 mezkur reklamlarda hastalık isimleri ile 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 maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/2, 9/1, 13/1 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 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**113)**

**Dosya No: 2022/5014**

**Şikayet Edilen: Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ülker firması tarafından piyasaya arz edilen muhtelif çikolata ve gofretlere yönelik gerçekleştirilen ambalaj ve gramaj uygulamaları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Ülker Çikolatalı Gofret” ve "Ülker Coco Star" markalı ürünlerin, evveliyatında 5'li paketler içerisinde olmak üzere ambalajlanarak piyasaya arz edildiği; ancak hâlihazırda söz konusu ürünlerin ambalaj içerisinde 4'er adet olmak üzere satışa sunulduğu ve böylelikle anılan ürünlerin toplam paket ağırlığının azaltıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, gerçekleştirilen gramaj değişikliğine ilişkin bilgilendirmeye tüketicilerin ayırt edebileceği biçimde ürün ambalajları üzerinde yer verildiği anlaşılmış olup söz konusu uygulamanın mer’i mevzuata aykırı bir durum teşkil etmediği değerlendirilmiş olup,

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

**114)**

**Dosya No: 2022/4860**

**Şikayet Edilen: Nurgül ÇAĞRICI**

**Şikayet Edilen Reklam** ''Erwax Detox Ultra'', ''Erwax Detoks'', ''Erwax Coffe'' ve ''Erwax Kavanoz'' adlı ürünlere yönelik gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04**.**10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.ervax.net/urun/ervax-kavanoz/ URL adresli internet sitesi ve https://www.instagram.com/ervax\_turkiye/ URL adresli sosyal medya hesabının 04.10.2022 tarihli görünümlerinde; ''Erwax Detox Ultra'' adlı ürünün *''Hücre Yenileyici Zayıflatıcı, İştahınızı keser, 1 ayda 4-16 kg ya kadar zayıflama sağlar.*" şeklinde, ''Erwax Detoks'' adlı ürünün *''Ervax Detoks Kısa sürede inceltip zayıflatan formül.*'' şeklinde, ''Erwax Coffe'' adlı ürünün ''*Hücre Yenileyici Zayıflatıcı, İştahınızı keser, 1 ayda 4-16 kg ya kadar zayıflama sağlar*.'' şeklinde, ''Erwax Kavanoz'' adlı ürünün ''*Hücre Yenileyici Zayıflatıcı, İştahınızı keser, 1 ayda 4-16 kg ya kadar zayıflama sağlar*." şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1 ve 8/2 nci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**115)**

**Dosya No: 2022/5055**

**Şikayet Edilen: Pizza Restaurantları Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ''Dört Köşe Pizza'' başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı- Afiş

**Tespitler**: “Dört Köşe Pizza” adlı kampanya detayında “Fiyatlar arttıysa Pizzetta! 19,99 TL'den başlayan fiyatlarla” ibaresine, reklam görselinde ise sucuk ve muhtelif pizza malzemelerini içeren pizza ürününe yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Dört Köşe Pizza” adlı kampanya görselinde yer verilen 19,99TL’lik fiyat bilgisinin sucuk ve muhtelif pizza malzemelerini içeren pizza ürününe değil, sebzeli pizza ürününe ilişkin olduğu, dolayısıyla pizza görseli ile fiyat bilgisinin tutarlı olmadığı, tanıtımlarda yer alan “19,99 TL’den başlayan fiyatlarla” ibaresinin ortalama tüketici nezdinde reklam görselinde belirtilen ürünün fiyatı olduğu algısı oluşturduğu, tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bilgilerin ortalama tüketicinin algılayabileceği sürede ve biçimde iletilmediği, bu nedenle bahse konu 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, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6 ve 32/1 inci maddeleri,

- 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 **15.566-TL (Onbeşbinbeşyüzaltmışaltı Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2022/5076**

**Şikayet Edilen: Baydöner Restoranları Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ''Baydöner'de de seni düşünür o'' başlıklı reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı- Afiş

**Tespitler:** Söz konusu reklam görselinde “6 Eylül-6 Ekim 2022 tarihleri arasında Bankkart ile Baydöner’de tüm iskender çeşitlerinde %25 indirim fırsatından yararlanabilirsiniz.” ve “BAYDONER yazıp 4757’ye SMS göndererek kampanyaya katılıp indirim kodunu alabilirsiniz” ifadelerine yer verilirken, kampanya detaylarında Ziraat Bankası’na ait “Bankkart” isimli kart sahibi kişilerin kampanya süresi boyunca en fazla 4 adet indirim kuponu kazanabildiği ve her bir indirim kodu için ayrı SMS gönderilmesi gerektiğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Baydöner’de de seni düşünür o” başlıklı reklamlarda “Tüm İskender çeşitlerinde %25 indirim’’ ve ‘‘BAYDONER yazıp 4757’ye SMS göndererek kampanyaya katılıp indirim kodunu alabilirsiniz’’ ifadesine yer verilmesine karşın dört adet İskender ürünü alan tüketiciye satın aldığı yalnızca bir adet ürün için indirim uygulanmasının reklamın ana vaadi ile çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve bu suretle yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**117)**

**Dosya No: 2022/5267**

**Şikayet Edilen: Tereci Gıda ve Tüketim Malları Pazarlama Dağıtım Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şikayet edilen şirkete ait mağazada satışa sunulan ''Kabak Çekirdeği'' isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj-Broşür-Etiket

**Tespitler:** Söz konusu ürünün ''*Çağımızın doktoru kabak çekirdeği'', ''Prostat'', ''Kalp'', ''Karaciğer'', ''Kanser'' ve ''İnsilün Direnci*'' 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 ürünün 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 8/1 ve 8/2 nci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Tereci Gıda Ve Tüketim Malları Pazarlama Dağıtım Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**118)**

**Dosya No: 2022/5512**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde yayımlanan ''Tat Osmancık Pirinç 1000 Gr 12'li Set-1 Kg'' adlı ürüne yönelik reklamlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, söz konusu ürüne ait herhangi bir istisna belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda mal veya hizmetin değeri ve ödenecek gerçek toplam fiyatı konusunda doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıyan söz konusu reklamın 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**119)**

**Dosya No: 2023/110**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ''AL TV'' logosuyla yayın yapan televizyon kanalında "Şeyh-i Şifa" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, 05.06.2022 06:11’de "AL TV" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayımlanan ticari reklamda;

"*Sunucu: Hocam prostat nedir, öncelikle bunu öğrenelim sizden.*

*Veysi Hoca: Prostat, eskiden bu kadar çok yoktu. Her şeyden önce bunu söyleyelim. İşte GDO'lu katkılar, egzozlar, atmosfer, stres vesaire vesaire eskiden ellisinden sonra olan bu hastalık şimdi artık kırklara kadar inmiş olan bir rahatsızlık. Şeyh-i Şifa isimli çok özel bir mamul yaptı kardeşlerimiz. Yaklaşık yirmi yıldan beri onları takip ediyorum. Çok özel ve güzel şeyler yapıyorlar. Halkı öylesine düşünerek yapılmış bir şey ki, ben de kullanıyorum birçok tanıdığım arkadaşlarım da kullanıyor. Oturamazlardı dostlarım, benimle yolculuğa çıkamazlardı, birlikte cemaatle namaz kılsak arkamdan cemaati bırakıp tuvalete koşarlardı. Eşleriyle olan durumlarında da açıkçası baya fire verdikleri görülüyor. Ben isterim ki tabi ki bütün kardeşlerimiz, bütün insanlık fayda görsünler. Ben sizlerin aracılığıyla sahiplerini de çok iyi tanıdığım, artık benim evlatlarım oldu onlar, Şeyh-i Şifa'yı herkese tavsiye ediyorum.*

*Dış Ses: Prostat sorunundan artık sıkılanlar, ne denediyse işe yaramayanlar, prostat yüzünden özel hayatı alt üst olanlar, prostat derdini bitirecek çözüm bulundu. Şimdi size çok çok iyi bir haberimiz var. Prostat insan hayatını etkileyen çok ciddi bir sorundur. Ülkemizde yüz binlerce kişi bu sorundan acı çekmektedir. Prostat erkek üreme sisteminin bir kısmını oluşturan ceviz büyüklüğünde bir bezdir. Prostat sperm taşıyan sıvıyı salgılar. İdrarı mesaneden vücut dışına taşıyan kanal olan idrar yolunun çevresini sarar. Prostat yaşlandıkça ve zaman geçtikçe büyür. Bu da tuvaletinizi yaparken yanma, acı ve idrar düzensizliğine yol açar. Günümüzde birçok erkek prostat sebebiyle uzun yolculuklardan kaçınmaktadır. Prostatın acısını yaşayanlar günlük faaliyetlerinin engellenmesinden şikayetçidir. Siz de geceleri sık sık idrara çıkıyorsanız, anlık bir idrar yapma isteği oluyorsa, idrarı yapmaya başlarken zorlanıyorsanız, ağrı ve yanma yaşıyorsanız, mesanenizin tam olarak boşalmadığını hissediyorsanız, damlatma veya kaçırma sorunu varsa, idrar akışınızın zayıf olması sorunuyla karşılaştıysanız, tuvalete sık sık gitme yüzünden uykusuzluk yaşıyorsanız, cinsel hayatınızda sorunlar başladıysa, sandalyede oturduğunuzda bir pinpon topunun üzerinde oturur gibi bir ağrı yaşıyorsanız. İşte tüm bu sorunlar prostatın etkileridir.*

*Sunucu: Tamamen bitkisel hiçbir yan etkisi yok bildiğim kadarıyla.*

*Veysi Hoca: Kesinlikle yok. Kudret narıyla yapılmış, yakı otlu. Gerçekten benim de bakın evimde var kullanıyorum. Sabah akşam bir çay kaşığı... bundan sabah akşam içecekler kısa bir süre içerisinde bana çok dua edecekler. Zaten rahatlık kendini de gösterir. Görecekler ki çok rahatlayacaklar. Ne ameliyat ne yan etkisi olan ilaçlar falan hiçbir şey yok.*

*Dış Ses: Prostat setimiz daha önce size 4 kavanoz olarak geliyordu. Lakin prostatı ilerleyen hastalarda bu setin devamına ihtiyaç duyulduğundan bir alan bir daha para vermesin tek seferde prostatınızı bitirelim diye size 6 kavanoz prostat macunu gönderiyoruz. Üstelik fiyatta hiçbir oynama yapmadan 4 kavanoz fiyatına 6 kavanoz gönderiyoruz.*

*Veysi Hoca: Hiçbir yan etkisi olmayan, tıpta da bunu farklı şekillerde kullanırlar zaten. Kudret narı çok önemli. Birçok yerde, hararetle tavsiye edilen bir şeydir. Bunu bu mamul haline getirmişler. Sunucu: Şifa bilimciler sayesinde. Veysi Hoca: Bütün evet, bütün Lokman Hekim kardeşlerim diyorum ben onlara. Allah onların sayılarını arttırsın. İnşallah ben bu mesleğin de bir meslek olarak artırılmasından yanayım. Bütün kardeşlerimiz şifaya yönelsinler, bu işi yapsınlar.*

*Sunucu: Bu şifa otlu, yakı otlu kudret narını kullanmaya başladıktan ne kadar sonra tesirini görmeye başlar insanlar?*

*Veysi Hoca: Bu duruma göre değişiyor. Hastalığın süreleri herkeste çok aynı olmayabiliyor. Biraz da psikoloji meselesi bu, inanmasıyla alakalıdır. Malum maalesef bu işi ayağa kadar düşüren bir sürü insanlar var. O sebepten diyorum ki böyle bilinçli olan, güvenilir insanlardan alışveriş yapsınlar. Ve huzuru bulsunlar.*

*Sunucu: Bu prostatın en büyük dezavantajlarından biri cinsel problemlere yol açması.*

*Veysi Hoca: Bu ürün de, ben de kullandığım için biliyorum, çok özel ve güzel bilhassa bizim yaşımızdakilerde olduğu gibi genç yaştakilerin de çok hoşuna giden, kesin sonuç veren, cinsellikle ilgili işte iktidarsızlığa kadar, efendim prostattan kaynaklanan sertleşme bozuklukları vesaire vesairelere çok yararlı bir şey. Ben de böyle gördüm mü dayanamıyorum, sabah akşam kullanıyorum.*

*Dış Ses: Sizde veya sevdiklerinizde prostat sorunu varsa buyurun işte size fırsat. Prostattan dolayı acı çekenler, geceleri idrara kalkanlar, bu sebepten sürekli abdesti bozulanlar, karı koca arasındaki evlilik münasebetinde sarsılma yaşayan kardeşlerimiz, abilerimiz. Size şifa olacak prostat setimizi 4 kavanoz olarak değil toplam 6 kavanoz gönderiyoruz. Üstelik aynı fiyata! Herkes alsın diye yapmış olduğumuz bu kampanyadan stoklarımız bitmeden siz de alın, prostat hastalığına veda edin.*

*Dış Ses: ... Beyfendilerde oluşan prostat hastalığına şifa niyetine ürettiğimiz bu mamul, sizde veya bir dostunuzda oluşan prostat rahatsızlığını Allah'ın izni, keremiyle bitirecektir. Yakı otu ve kudret narı özüyle bezenmiş Allah'ın şifalı bitkileriyle oluşan bu ürünümüz Lokman Hekim düsturunda ilerleyen bu yola adanmış hocalarımız Allah'ın keremiyle şifa bitkileri harmanlanıp Müslümana Müslüman ilacı olarak yapılmaktadır. Tamamıyla helal ve mübarek olan bu bitkiler bitki uzmanı hocalarımızın özel formülleriyle yıllarca denenerek oluşturuldu. Ve sonunda da kesin çözüme kavuştuğuna dair kanaat getirildi.*

*Sunucu: Hocam son olarak Şeyh-i Şifa seti hakkında seyircilerimize söylemek istediğiniz bir mesajınız var mı?*

*Veysi Hoca: Evet, şimdi, sevgili kardeşlerim. Rahatsızlık vardı değil mi, yola çıkamıyorduk değil mi, namaz kılamıyorduk öyle değil mi? Bunun gibi daha birçok dertleriniz için Şeyh-i Şifa kudret narlı, yakı otlu özel bir karışım. Bunlar yapılırken kolay yapılmadı. Yirmi yılın tecrübesi var burada. Elbette ki bunlardan kurtulmak isterseniz ki istersiniz, bunu alacaksınız. Bununla birlikte ücretsiz olarak yanında hediyemiz olarak, yan olarak tesiri olan bu hastalığın özel rahatsızlıklarınız var. İşte bu hastalıklar için de tamamlayıcı olarak bu ürünümüzü hediye ediyoruz.*

*Veysi Hoca: Öncelikle şunu söylemek lazım. Bu ürünü kullanıp da cemaatimden, dostlarımdan, tavsiye ettiğim kimselerden bize yararı olmadı diyene hiç rastlamadım. Herkes göz yaşları içerisinde sevinçle boynuma sarılarak, defaatle öperek ne kadar faydalı olduğunu bana anlattılar. Ben kendimden biliyorum, ben kendimi biliyorum, yani bende de bu rahatsızlık vardı ve ben de kullandım. Dolayısıyla bu bir kere garanti. ... Bununla birlikte biz şu Şeyh-i Şifa markasını çok önemsiyoruz. Bunun dışında hiçbir markaya ben ne güvenirim ne de garanti veririm. Buna çok dikkat etsinler sevgili seyircilerimiz, değerli kardeşlerimiz. Kapılarına kadar gelecek. Amma yanında işte şu cinsel sorunlarına da çare arayanlar bunu da kullanacaklar. Tarif etmiştik sabah akşam birer kaşık. Kapılarına kadar her şey dahil teslim edilecektir.*'' şeklinde ifadelerle bahsi geçen ürünün 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 maddeleri,

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 19 uncu 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 **Lions Reklam Güvenlik Malzemeleri Temizlik Kozmetik İnşaat Malzemeleri Organizasyon San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **31.136-TL (Otuzbirbinyüzotuzaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2023/111**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ''AL TV'' logosuyla yayın yapan televizyon kanalında "Şeyh-i Şifa" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.06.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, 05.06.2022 06:11’de "AL TV" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayımlanan ticari reklamda;

"*Sunucu: Hocam prostat nedir, öncelikle bunu öğrenelim sizden.*

*Veysi Hoca: Prostat, eskiden bu kadar çok yoktu. Her şeyden önce bunu söyleyelim. İşte GDO'lu katkılar, egzozlar, atmosfer, stres vesaire vesaire eskiden ellisinden sonra olan bu hastalık şimdi artık kırklara kadar inmiş olan bir rahatsızlık. Şeyh-i Şifa isimli çok özel bir mamul yaptı kardeşlerimiz. Yaklaşık yirmi yıldan beri onları takip ediyorum. Çok özel ve güzel şeyler yapıyorlar. Halkı öylesine düşünerek yapılmış bir şey ki, ben de kullanıyorum birçok tanıdığım arkadaşlarım da kullanıyor. Oturamazlardı dostlarım, benimle yolculuğa çıkamazlardı, birlikte cemaatle namaz kılsak arkamdan cemaati bırakıp tuvalete koşarlardı. Eşleriyle olan durumlarında da açıkçası baya fire verdikleri görülüyor. Ben isterim ki tabi ki bütün kardeşlerimiz, bütün insanlık fayda görsünler. Ben sizlerin aracılığıyla sahiplerini de çok iyi tanıdığım, artık benim evlatlarım oldu onlar, Şeyh-i Şifa'yı herkese tavsiye ediyorum.*

*Dış Ses: Prostat sorunundan artık sıkılanlar, ne denediyse işe yaramayanlar, prostat yüzünden özel hayatı alt üst olanlar, prostat derdini bitirecek çözüm bulundu. Şimdi size çok çok iyi bir haberimiz var. Prostat insan hayatını etkileyen çok ciddi bir sorundur. Ülkemizde yüz binlerce kişi bu sorundan acı çekmektedir. Prostat erkek üreme sisteminin bir kısmını oluşturan ceviz büyüklüğünde bir bezdir. Prostat sperm taşıyan sıvıyı salgılar. İdrarı mesaneden vücut dışına taşıyan kanal olan idrar yolunun çevresini sarar. Prostat yaşlandıkça ve zaman geçtikçe büyür. Bu da tuvaletinizi yaparken yanma, acı ve idrar düzensizliğine yol açar. Günümüzde birçok erkek prostat sebebiyle uzun yolculuklardan kaçınmaktadır. Prostatın acısını yaşayanlar günlük faaliyetlerinin engellenmesinden şikayetçidir. Siz de geceleri sık sık idrara çıkıyorsanız, anlık bir idrar yapma isteği oluyorsa, idrarı yapmaya başlarken zorlanıyorsanız, ağrı ve yanma yaşıyorsanız, mesanenizin tam olarak boşalmadığını hissediyorsanız, damlatma veya kaçırma sorunu varsa, idrar akışınızın zayıf olması sorunuyla karşılaştıysanız, tuvalete sık sık gitme yüzünden uykusuzluk yaşıyorsanız, cinsel hayatınızda sorunlar başladıysa, sandalyede oturduğunuzda bir pinpon topunun üzerinde oturur gibi bir ağrı yaşıyorsanız. İşte tüm bu sorunlar prostatın etkileridir.*

*Sunucu: Tamamen bitkisel hiçbir yan etkisi yok bildiğim kadarıyla.*

*Veysi Hoca: Kesinlikle yok. Kudret narıyla yapılmış, yakı otlu. Gerçekten benim de bakın evimde var kullanıyorum. Sabah akşam bir çay kaşığı ... bundan sabah akşam içecekler kısa bir süre içerisinde bana çok dua edecekler. Zaten rahatlık kendini de gösterir. Görecekler ki çok rahatlayacaklar. Ne ameliyat ne yan etkisi olan ilaçlar falan hiçbir şey yok.*

*Dış Ses: Prostat setimiz daha önce size 4 kavanoz olarak geliyordu. Lakin prostatı ilerleyen hastalarda bu setin devamına ihtiyaç duyulduğundan bir alan bir daha para vermesin tek seferde prostatınızı bitirelim diye size 6 kavanoz prostat macunu gönderiyoruz. Üstelik fiyatta hiçbir oynama yapmadan 4 kavanoz fiyatına 6 kavanoz gönderiyoruz.*

*Veysi Hoca: Hiçbir yan etkisi olmayan, tıpta da bunu farklı şekillerde kullanırlar zaten. Kudret narı çok önemli. Birçok yerde, hararetle tavsiye edilen bir şeydir. Bunu bu mamul haline getirmişler. Sunucu: Şifa bilimciler sayesinde. Veysi Hoca: Bütün evet, bütün Lokman Hekim kardeşlerim diyorum ben onlara. Allah onların sayılarını arttırsın. İnşallah ben bu mesleğin de bir meslek olarak artırılmasından yanayım. Bütün kardeşlerimiz şifaya yönelsinler, bu işi yapsınlar.*

*Sunucu: Bu şifa otlu, yakı otlu kudret narını kullanmaya başladıktan ne kadar sonra tesirini görmeye başlar insanlar?*

*Veysi Hoca: Bu duruma göre değişiyor. Hastalığın süreleri herkeste çok aynı olmayabiliyor. Biraz da psikoloji meselesi bu, inanmasıyla alakalıdır. Malum maalesef bu işi ayağa kadar düşüren bir sürü insanlar var. O sebepten diyorum ki böyle bilinçli olan, güvenilir insanlardan alışveriş yapsınlar. Ve huzuru bulsunlar.*

*Sunucu: Bu prostatın en büyük dezavantajlarından biri cinsel problemlere yol açması.*

*Veysi Hoca: Bu ürün de, ben de kullandığım için biliyorum, çok özel ve güzel bilhassa bizim yaşımızdakilerde olduğu gibi genç yaştakilerin de çok hoşuna giden, kesin sonuç veren, cinsellikle ilgili işte iktidarsızlığa kadar, efendim prostattan kaynaklanan sertleşme bozuklukları vesaire vesairelere çok yararlı bir şey. Ben de böyle gördüm mü dayanamıyorum, sabah akşam kullanıyorum.*

*Dış Ses: Sizde veya sevdiklerinizde prostat sorunu varsa buyurun işte size fırsat. Prostattan dolayı acı çekenler, geceleri idrara kalkanlar, bu sebepten sürekli abdesti bozulanlar, karı koca arasındaki evlilik münasebetinde sarsılma yaşayan kardeşlerimiz, abilerimiz. Size şifa olacak prostat setimizi 4 kavanoz olarak değil toplam 6 kavanoz gönderiyoruz. Üstelik aynı fiyata! Herkes alsın diye yapmış olduğumuz bu kampanyadan stoklarımız bitmeden siz de alın, prostat hastalığına veda edin.*

*Dış Ses: ... Beyfendilerde oluşan prostat hastalığına şifa niyetine ürettiğimiz bu mamul, sizde veya bir dostunuzda oluşan prostat rahatsızlığını Allah'ın izni, keremiyle bitirecektir. Yakı otu ve kudret narı özüyle bezenmiş Allah'ın şifalı bitkileriyle oluşan bu ürünümüz Lokman Hekim düsturunda ilerleyen bu yola adanmış hocalarımız Allah'ın keremiyle şifa bitkileri harmanlanıp Müslümana Müslüman ilacı olarak yapılmaktadır. Tamamıyla helal ve mübarek olan bu bitkiler bitki uzmanı hocalarımızın özel formülleriyle yıllarca denenerek oluşturuldu. Ve sonunda da kesin çözüme kavuştuğuna dair kanaat getirildi.*

*Sunucu: Hocam son olarak Şeyh-i Şifa seti hakkında seyircilerimize söylemek istediğiniz bir mesajınız var mı?*

*Veysi Hoca: Evet, şimdi, sevgili kardeşlerim. Rahatsızlık vardı değil mi, yola çıkamıyorduk değil mi, namaz kılamıyorduk öyle değil mi? Bunun gibi daha birçok dertleriniz için Şeyh-i Şifa kudret narlı, yakı otlu özel bir karışım. Bunlar yapılırken kolay yapılmadı. Yirmi yılın tecrübesi var burada. Elbette ki bunlardan kurtulmak isterseniz ki istersiniz, bunu alacaksınız. Bununla birlikte ücretsiz olarak yanında hediyemiz olarak, yan olarak tesiri olan bu hastalığın özel rahatsızlıklarınız var. İşte bu hastalıklar için de tamamlayıcı olarak bu ürünümüzü hediye ediyoruz.*

*Veysi Hoca: Öncelikle şunu söylemek lazım. Bu ürünü kullanıp da cemaatimden, dostlarımdan, tavsiye ettiğim kimselerden bize yararı olmadı diyene hiç rastlamadım. Herkes göz yaşları içerisinde sevinçle boynuma sarılarak, defaatle öperek ne kadar faydalı olduğunu bana anlattılar. Ben kendimden biliyorum, ben kendimi biliyorum, yani bende de bu rahatsızlık vardı ve ben de kullandım. Dolayısıyla bu bir kere garanti. ... Bununla birlikte biz şu Şeyh-i Şifa markasını çok önemsiyoruz. Bunun dışında hiçbir markaya ben ne güvenirim ne de garanti veririm. Buna çok dikkat etsinler sevgili seyircilerimiz, değerli kardeşlerimiz. Kapılarına kadar gelecek. Amma yanında işte şu cinsel sorunlarına da çare arayanlar bunu da kullanacaklar. Tarif etmiştik sabah akşam birer kaşık. Kapılarına kadar her şey dahil teslim edilecektir.*'' şeklinde ifadelerle bahsi geçen ürünün 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 maddeleri,

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 19 uncu 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, mecra kuruluşu **Al Radyo Televizyon Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **31.136-TL (Otuzbirbinyüzotuzaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2023/118**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ''Yörük Tv'' logosuyla yayın yapan televizyon kanalında "Viagra Cinsel Güç Arttırıcı Set 6 Kutu" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, 28.05.2022 22:00’da "Yörük Tv" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayımlanan ticari reklamda;

"*Ömer: ...Bugün cinsel problemleri olanlardan bahsedeceğiz. Yani cinsel sorunu olanlardan bahsettiğimiz gibi de bu sorunlardan nasıl kurtulacaklarını, Türkiye'nin ve dünyanın bildiği tek bir markayla nasıl bunları ortadan kaldırdığımızı konuşacağız. Bugün kaldırmaya geldik. Neleri kaldırmaya geldik? Sorunları.*

*Ömer: Bugün çok özel bir kampanya olacak. 2 kutu geciktirici ve sertleştirici krem göndereceğiz... Türk erkeklerinin %70'inde erken boşalma sorunu var Tuncay... Yine yanında 2 kutu da bayanları azdıran, bayanları titreten, bayanlara boncuk boncuk ter attıran, bayanları yerinde durdurmayan, bayanlara "hadi erkeğim neredesin" dedirten bayan istek arttırıcı, bayan azdırıcı 2 kutu da damla göndereceğim.*

*Tuncay: Bu Amerika'dan ithal geldi, yeni ürün.*

*Ömer: Şöyle söyleyelim: Renksizdir, kokusuzdur. Bayanların çayına, kahvesine.*

*Tuncay: Çayına, kahvesine, kolasına hatta içeçeği suya bile yemeğine kadar koyabilir.*

*Ömer: Toplamda 100 adet tablet göndereceğiz. Yani performans arttırıcı. Yani gücünüzü güç katan tabletten bahsediyoruz. Yani 60-70 yaşındaki amcamızın kullandığı o Viagra'dan bahsediyoruz. Kullandıktan sonra 60-70 yaşındaki amcamızın canının istediğini yapma kapasitesine çıktığından bahsediyoruz.*

*Ömer: Viagra faydalı bir üründür. Viagra cinsel performansı arttırır. Erken boşalmayı kökünden bitirir ve bununla birlikte sertleşmeyi yine aynı şekilde sağlıyor. %100 performans arttırıyor. Damarlardaki kan akışını hızlandırıyor. Bakın! Viagrayla tedavi olan insanlar var. Kalp hastaları var ya. Doktor "Viagra" yazıyor. Niye? Çünkü kan akışı hızlanıyor, pompalıyor... Vücuda faydası var zararı yok.*

*Ömer: Gel bu Viagrayı kullan. İster evir ister çevir, odadan odaya koş, mutfaktan banyoya, banyodan yatak odasına ne yaparsan yap aşkla yap... Viagra takviyesiyle.*

*Ömer: Viagra tabletin performans arttırıcı özelliği olmasıyla birlikte 100 adetlik tablet bittiği zaman ne olacak biliyor musun? Artı 5 santim penisinin büyüdüğünü görecek insanlar.*

*Ömer: Viagra isteyenler var yurt dışından büyütücü özelliği için... Büyütüyor, kaldırıyor, sertleştiriyor, geciktiriyor.*'' şeklinde ifadelerle bahsi geçen ürünün 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 maddeleri,

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 19 uncu 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, mecra kuruluşu **Mrt Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **31.136-TL (Otuzbirbinyüzotuzaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**122)**

**Dosya No: 2023/126**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ''HEVİ TV'' logosuyla yayın yapan televizyon kanalında "Şeyh-i Şifa" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, 11.08.2022 06:10’da "HEVİ TV" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayımlanan ticari reklamda;

"*Çağrı Bey: ...Yanlış duymadınız prostatı bitiren o müthiş şeyh-i şifa, Osmanlı'dan miras o müthiş şeyh-i şifa, akciğerlerinizi tertemiz yapan. Bugün nefesi daralanlar, nefes alamayanlar, merdiven çıkamayanlar, o işte, o nefesinizi üçer üçer merdiven çıkartır hale getiren, akciğerinizi tertemiz yapan, şekeri, tansiyonu, kolesterolü bitiren, prostat hastalığını kökünden kazıyan, karaciğeri yenileyen ve bağırsakları, sindirim sistemini düzenleyen müthiş şeyh-i şifa bugün son kez ekranda. Bakın kırmızı etiket gelecek, mavi etiketli gelecek. Neydi bunlar? Mavi etikette az önce saydığım bütün hastalıkları bitiriyor, iyi geliyor. Kırmızı ne? Kırmızı güç, kırmızı erkeklik, kırmızı prostat yüzünden erkekliğini kaybetmiş erkekler için yapıldı. Yani yatak odası ilişkini, yani cinsel gücünü on kat yirmi kat artırır, yirmi yaş gençleştirir. Bak mavi de geliyor kırmızı da geliyor. Artık şeker, tansiyon, kolesterol haplarını atın kenara! Bitti, bitti o hastalıklar şekeri, kolesterolü. Bak tansiyonu dengeliyor bitti artık ilaç kullanmak zorunda değilsin. Prostat, var mı prostat? Kökünden söküp atıyor...*

*Çağrı Bey: Bak, aldığın şeye bak. Mavi geliyor, kırmızı geliyor. Etiketler bile farklı. Niye? Niye? Hiç anlamıyor musunuz? Biri bu hastalıkları bitiriyor, biri de cinsel gücüne güç katıyor. Valla bunu ye yirmi yaş gençleştirir seni... Bu prostatı bitiriyor. Prostatlı erkekler size söylüyorum. O acılar, o işkenceler, damlatmalar, kokular, yanmalar bitti kökten kazıyor... Artı akciğerini temizliyor. Sigara içiyorsun, yaşın geldi, nefes alamıyorsun, merdiven çıkamıyorsun. Merdiveni koşarak çıkacaksın o kadar söylüyorum. Karaciğerini yenileyecek, kalbin saat gibi çalışacak, kalp damarlarını besliyor. KOAH'a, astıma iyi geliyor, şekeri, tansiyonu, kolesterolü bitiriyor. Kabızı, ishali bitiriyor...*

*Çağrı Bey: Ve size bir şeyin de garantisini vereyim. Aldın kullandın bu söylediklerim olmazsa kullandıklarının hepsi helali hoş olsun paran birebir iade. Doğru mudur yönetmenim? Kullandıklarını istemiyorum helali hoş olun. Paranı da aynı gün iade ederiz. Bu kadar da açık konuşuyorum.*

*Çağrı Bey: Bak Osmanlı'nın mirasıdır bu. Kimyasal ilaca güvendiğinden daha çok buna güven. Kimyasal ilaç zehirdir. Evet doktor yazıyor ama zehir. Çünkü Yahudilerin oyunu. Sistem bu. Sen hasta olacaksın, sürekli ilaç kullanacaksın, ilaç senin başka bir organını mahvedecek. Bir hastalığın düzelirken başka bir hastalığın çıkacak. Ölene kadar seni ilaca mahkum ediyorlar. O ilaca, o Yahudiye güvendiğinden daha çok atana güvenmiyor musun?...*

*Çağrı Bey: Bu adama güvenmiyorsun, elin Yahudisine, Müslümana kurşun sıkan, bütün bu kimyasal ilaçları yapan Yahudiye sırf doktorun yazıyor diye inanıyorsun. Yazıklar olsun. İslam ehli adama, Osmanlı torunu adama inanmayacaksın ama seni zehirlemek için seni sürekli ilaca bağımlı kalman için, senin sırtından sürekli para kazanmak için bu sistemi kuran, para harcadığın, o paralarla Filistin'de Müslümana kurşun sıkan Yahudi sistemine inanacaksın. Doktor reçeteye ne yazarsa koşa koşa eczaneden alıyorsun. Bir akıllanın ya! Bir kendinize gelin!...Bugün dünyanın en sağlıklı insanı nerede? Küba'da. Niye? İlaç sokmuyorlar ülkelerine. Bak düşün ilaç faydalıysa niye dünyanın en sağlıklı insanı Küba'da? Onların ölmesi lazım, ilaç girmiyor... Demek ki ilaç insanları öldürüyor, iyileştirmiyor. Lütfen, lütfen artık gerçeğin farkına varın.*'' şeklinde ifadelerle bahsi geçen ürünün 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 maddeleri,

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 19 uncu 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 **Kardeşler Radyo Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **31.136-TL (Otuzbirbinyüzotuzaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**123)**

**Dosya No: 2023/128**

**Şikayet Edilen:** **Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ''Yörük Tv'' logosuyla yayın yapan televizyon kanalında "Viagra Cinsel Güç Arttırıcı Set 6 Kutu" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda, 28.05.2022 22:00’da "Yörük Tv" logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayımlanan ticari reklamda;

"*Ömer: ...Bugün cinsel problemleri olanlardan bahsedeceğiz. Yani cinsel sorunu olanlardan bahsettiğimiz gibi de bu sorunlardan nasıl kurtulacaklarını, Türkiye'nin ve dünyanın bildiği tek bir markayla nasıl bunları ortadan kaldırdığımızı konuşacağız. Bugün kaldırmaya geldik. Neleri kaldırmaya geldik? Sorunları.*

*Ömer: Bugün çok özel bir kampanya olacak. 2 kutu geciktirici ve sertleştirici krem göndereceğiz... Türk erkeklerinin %70'inde erken boşalma sorunu var Tuncay... Yine yanında 2 kutu da bayanları azdıran, bayanları titreten, bayanlara boncuk boncuk ter attıran, bayanları yerinde durdurmayan, bayanlara "hadi erkeğim neredesin" dedirten bayan istek arttırıcı, bayan azdırıcı 2 kutu da damla göndereceğim.*

*Tuncay: Bu Amerika'dan ithal geldi, yeni ürün.*

*Ömer: Şöyle söyleyelim: Renksizdir, kokusuzdur. Bayanların çayına, kahvesine.*

*Tuncay: Çayına, kahvesine, kolasına hatta içeçeği suya bile yemeğine kadar koyabilir.*

*Ömer: Toplamda 100 adet tablet göndereceğiz. Yani performans arttırıcı. Yani gücünüzü güç katan tabletten bahsediyoruz. Yani 60-70 yaşındaki amcamızın kullandığı o Viagra'dan bahsediyoruz. Kullandıktan sonra 60-70 yaşındaki amcamızın canının istediğini yapma kapasitesine çıktığından bahsediyoruz.*

*Ömer: Viagra faydalı bir üründür. Viagra cinsel performansı arttırır. Erken boşalmayı kökünden bitirir ve bununla birlikte sertleşmeyi yine aynı şekilde sağlıyor. %100 performans arttırıyor. Damarlardaki kan akışını hızlandırıyor. Bakın! Viagrayla tedavi olan insanlar var. Kalp hastaları var ya. Doktor "Viagra" yazıyor. Niye? Çünkü kan akışı hızlanıyor, pompalıyor... Vücuda faydası var zararı yok.*

*Ömer: Gel bu Viagrayı kullan. İster evir ister çevir, odadan odaya koş, mutfaktan banyoya, banyodan yatak odasına ne yaparsan yap aşkla yap... Viagra takviyesiyle.*

*Ömer: Viagra tabletin performans arttırıcı özelliği olmasıyla birlikte 100 adetlik tablet bittiği zaman ne olacak biliyor musun? Artı 5 santim penisinin büyüdüğünü görecek insanlar.*

*Ömer: Viagra isteyenler var yurt dışından büyütücü özelliği için... Büyütüyor, kaldırıyor, sertleştiriyor, geciktiriyor.*'' şeklinde ifadelerle bahsi geçen ürünün 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 maddeleri,

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

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

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 19 uncu 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 **Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **31.136-TL (Otuzbirbinyüzotuzaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**124)**

**Dosya No: 2022/4778**

**Şikayet Edilen: Stellantis Otomotiv Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.peugeot.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “3+ yaş periyodik bakım kampanyası”başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:**25.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.peugeot.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan “3+ yaş periyodik bakım kampanyası”başlıklı reklamlarda, *“3+ yaş 1.249 TL’den başlayan\* fiyatlarla. 3 yaş üzeri Peugeot’nuzu yetkili servislerimize getirin 1.249 TL’den başlayan fiyatlara sahip profesyonel bakım paketi ile ona iyi bakmaya devam edin. Bakım sonrası 1 yıl boyunca Peugeot Assistance hizmetlerinden de ücretsiz faydalanma fırsatını yakalayın. Peugeot servislerinde aracınız güvende. \*Başlangıç fiyatı 3008 1,6 HDI 120hp EAT6 / DV6FC motor için verilmiştir. Paket içeriğinde motor yağı + yağ filtresi + polen filtresi + cam suyu mevcuttur, fiyatlara KDV ve işçilik dahildir. Değişimi tavsiye edilen diğer parçalar ek ücrete tabidir. Kampanya sadece katılım gösteren Peugeot yetkili servislerinde geçerlidir. Mevcut kampanya diğer kampanyalar ve indirimler ile birleştirilemez. Stellantis Otomotiv Pazarlama A.Ş. kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve görsellerde Peugeot 3008 model araca yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu reklamlarda, kampanyanın tüm Peugeot araçlarda geçerli olduğuna dair bir ifade bulunmadığı, görsellerde de Peugeot 3008 model araca yer verildiği, kampanyanın kampanyaya katılan servislerde 3 yaş üstü tüm Peugeot marka araçlarda uygulandığı, başlangıç fiyatı olan 1.249 TL’nin 3008 1,6 HDI 120hp EAT6 / DV6FC motor için geçerli olduğu bilgisine dipnotta yer verildiği, söz konusu hususların Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan fatura, bilgi ve belgelerle ispatlandığı, reklamlarda yanıltıcı nitelikte ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil edecek herhangi bir durum bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

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

**TÜTÜN VE ALKOL**

**125)**

**Dosya No: 2022/5757**

**Şikayet Edilen: Küçükuzun Gıda Pazarlama İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam** Edirne ili merkezinde faaliyet gösteren "Deniz Market" adlı işletmede gerçekleştirilen alkollü içecek tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Vitrin, Afiş

**Tespitler:** Bahse konu işletmenin vitrininde ve işletme önüne asılan afişlerde, muhtelif markalardaki alkol ürünlerinin görselleri ile fiyatlarının bulunduğu paylaşımlar yapıldığı, “İndirim” ve “Kampanya” gibi ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, yürürlükteki mevzuat hükümleri uyarınca alkollü içeceklerin herhangi bir mecrada reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu ve söz konusu işletmenin vitrininde muhtelif alkollü içeceklere yönelik marka/fiyat bilgisi yer almasının ve çeşitli markalara ait indirimli satış kampanyasına yönelik paylaşımların ilgili mevzuatı ihlal ettiği, bu itibarla anılan paylaşımların kamu sağlığını bozucu nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

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

**TURİZM**

**126)**

**Dosya No: 2022/ 4546**

**Şikayet Edilen: Özdil Pazarlama Gıda Turizm Ticaret Hayvancılık İth. ve İhr. Ltd. Şti. (Asda Maris Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait *“Asda Maris Hotel”* adlı tesise yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 18.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, Diğer

**Tespitler:** Kuruluşa ait *“Asda Maris Hotel”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi talebinde bulunması nedeniyle tesis mahallinde yapılan 18.08.2022 tarihli denetimde tespit edilen tesis dışında bulunan tanıtım levhası ile tesis bünyesinde yer alan tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel”olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşa ait *“Asda Maris Hotel”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan Turizm İşletmesi Belgesi talebinde bulunması nedeniyle tesis mahallinde yapılan 18.08.2022 tarihli denetimde tespit edilen tesis dışında bulunan tanıtım levhası ile tesis bünyesinde yer alan tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel”olarak tanıtımının yapıldığı,

Bu itibarla, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi veya Turizm Yatırımı Belgesi”bulunmayan *“Asda Maris Hotel”*adlı tesise yönelik “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 **Özdil Pazarlama Gıda Turizm Ticaret Hayvancılık İth. ve İhr. Ltd. Şti. (Asda Maris Hotel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**127)**

**Dosya No: 2022/4553**

**Şikayet Edilen: Haliloğulları İnşaat ve Turizm Sanayi Ticaret Limited Şirketi (Bosfora Pansiyon)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait *“Bosfora Pansiyon”*adlı tesise yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.08.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Firmaya ait *“Bosfora Pansiyon”*isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Pansiyon”türünde Turizm İşletmesi Belgesi bulunmasına karşın 22.08.2022 tarihinde tesis mahallinde yapılan denetimde tesisin dış cephesinde “Hotel Bosfora”olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, kuruluşa ait *“Bosfora Pansiyon”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan “Pansiyon”türünde Turizm İşletmesi Belgesi bulunmasına karşın 22.08.2022 tarihinde tesis mahallinde yapılan denetimde tesisin dış cephesinde “Hotel Bosfora”olarak tanıtımının yapıldığının tespit edildiği, dolayısıyla, söz konusu tesise yönelik “Hotel Bosfora” tanıtımının 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 **Haliloğulları İnşaat ve Turizm Sanayi Ticaret Limited Şirketi (Bosfora Pansiyon)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**128)**

**Dosya No: 2022/2551**

**Şikayet Edilen: Kuzey Menkul ve Gayrimenkul Danışmanlığı Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde "remaxmaki" isimli hesap üzerinden yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde "remaxmaki" kullanıcı ismiyle *“Re/Max 5. Bölgenin, Mayıs Ayı En Başarılı 3. Ofisi Olduk. Gün geçtikçe daha da* *büyümeye ve başarılarımıza yeni başarılar eklemeye hız kesmeden devam ediyoruz. @Remax ailesine* *katılalı henüz 2. ayımızda Mersin’in en başarılı 1. Ofisi ve 5. Bölgenin en başarılı 3. Ofisi olduk. HENÜZ* *2. AYIMIZ VE BİZ YİNE BİRİNCİYİZ. Mayıs ayında Mersin’in en başarılı 1.Remax Ofisi olduk. Gün* *geçtikçe daha da büyümeye ve başarılarımıza yeni başarılar eklemeye hız kesmeden devam ediyoruz.* *@Remax ailesine katılalı henüz 2. ayımızda Mersin’in en başarılı 1. Ofisi ve 5. Bölgenin en başarılı 3.* *Ofisi olduk. Remax Maki ailesi olarak paraya odaklı değil başarıya odaklı, en yukarıda olmak ve bizimlebirlikte yukarılarda kalmak isteyen arkadaşlarımız için çalışıyoruz. 5. Bölgede Nisan ayının en başarılı 4.* *ofisi olduk. RE/MAX MAKİ olarak kuruluşumuzun 1. ayındaBu gururu bize yaşatan başta değerli* *müşterilerimize ve kıymetli gayrimenkul profesyonellerimize teşekkür ederiz.”* şeklindeki ve "remaxmakibasar" kullanıcı ismiyle yer alan *“Gün geçtikçe daha da büyümeye ve başarılarımıza yeni* *başarılar eklemeye hız kesmeden devam ediyoruz. @Remax ailesine katılalı henüz 2. ayımızda Mersin’in* *en başarılı 1. Ofisi ve 5. Bölgenin en başarılı 3. Ofisi olduk. Remax Maki ailesi olarak paraya odaklı değil başarıya odaklı, en yukarıda olmak ve bizimle birlikte yukarılarda kalmak isteyen arkadaşlarımız* *için çalışıyoruz.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.instagram.com adresli internet sitesinde "remaxmaki" kullanıcı ismiyle yer verilen ifadelerin Remax Türkiye’den alınan bilgi ve belgelerle ispatlandığı ve anılan tanıtımlar ile ilgili firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeplerle, şikayete konu 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.

**129)**

**Dosya No: 2022/3075**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan “Türkiye’nin %100 yenilenebilir enerji kullanan ilk ve tek operatörü” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

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

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yayınlanan "*Türkiye’nin %100 yenilenebilir enerji kullanan ilk ve tek operatörü."* başlıklı reklamlarda *"Vodafone Türkiye olarak şebeke ve ofislerinin tamamında %100 yenilenebilir enerji kullanan ilk ve tek operatörü olduk."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak muhtelif mecralarda yayınlanan "*Türkiye’nin %100 yenilenebilir enerji kullanan ilk ve tek operatörü."* başlıklı reklamlarda *"Vodafone Türkiye olarak şebeke ve ofislerinin tamamında %100 yenilenebilir enerji kullanan ilk ve tek operatörü olduk."* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak başka bir telekomünikasyon firmasının 01.01.2021-31.12.2021 tarihleriarasındaki dönemdetüm elektrik tüketiminin yenilenebilir enerjiden karşılandığı dolayısıyla anılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

**130)**

**Dosya No: 2022/5643**

**Şikayet Edilen: Nejat Sabuncu Makine Tic.ve San. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.granitcenter.com adresli internet sitesinde ”Referanslar” başlığı altında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.granitcenter.com adresli internet sitesinde “Tamamlanan Projeler” başlığı altında 90 adet, “Devam Eden Projeler” başlığı altında 8 adet görsele yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait https://www.granitcenter.com/ adresli internet sitesinin 01.12.2022 tarihli görünümünde yayınlanan "Projelerimiz" sayfasındaki "Tamamlanan Projeler" başlığı altında 90 kuruluşun isimlerine ve görsellerine, yine aynı sayfada “Devam Eden Projeler” adlı başlık altında 8 kuruluşun isim ve görsellerine yer verildiği, aralarında kamu binalarının da bulunduğu tespit edilmiş, firma tarafından gönderilen yazı ekinde 98 kuruluşun tamamına ilişkin muvakafatname, sözleşme, fatura/makbuz örneği vb. bilgi, belge sunulamadığı, sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz kaldığı, şirket ve kuruluşun unvan ve isimlerine izinsiz olarak internet sayfasında ve tanıtımlarda yer verilmek suretiyle şirket ve kuruluş adı, logosu veya firma unvanlarından tüketiciyi yanıltacak şekilde ve haksız olarak yararlanıldığı, bununla birlikte ispata ilişkin bilgi, belge sunulamayan reklam ve tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, anılan tanıtımlarda binaların tamamı gösterilerek bu görseller ile tüketiciler nezdinde o binaların tamamının firma tarafından gerçekleştirilen projeler olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 7/6, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 11/1-a, 11/1-b, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Nejat Sabuncu Makine Tic. Ve San. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**131)**

**Dosya No: 2022/5644**

**Şikayet Edilen: Tiktak Yeni Nesil Ulaşım Çözümleri ve Araç Kiralama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “TikTak” isimli mobil uygulama ile tüketiciye gönderilen *"BIZDEN175 koduyla yapacağın ilk kiralamana özel 175 TL anında seni bekliyor!"* başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16-23 Aralık2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Diğer

**Tespitler:** “TikTak” isimli mobil uygulama ile tüketiciye gönderilen anlık bildirimde *"BIZDEN175 koduyla yapacağın ilk kiralamana özel 175 TL anında seni bekliyor!"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, taraflar arasında kabul edilen sözleşme hükümleri, kampanya duyuru metni ve internet adresi bilgilendirme kısmında kampanyalardan kazanılan tutarların puan olarak kiracı hesabına yükleneceği ve kazanılan puanların ilk kiralamanın ardından bir sonraki kiralama işleminde kullanılmak üzere hesaba aktarıldığı bilgisinin açıkça belirtildiği, firma tarafından tüketicinin iddialarına ilişkin ispat niteliğinde bilgi ve belge sunulduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple şikayete konu reklam ve 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.

**132)**

**Dosya No: 2023/31**

**Şikayet Edilen: Biçen Mağazacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Biçen Market adlı ticari işletmenin çeşitli mecralarda yapılan *"(...)yemek kartlarında, tüm indirim ve kampanyalar geçerlidir."* şeklindeki reklam ve tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2023

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı, İnternet, Diğer

**Tespitler:** Firma tarafından yapılan tanıtımlarda *"Önemli Duyuru! Yemek kartlarında, tüm indirim ve kampanyalar geçerlidir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Biçen Market" adlı ticari işletmeye ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan *“Önemli Duyuru! Yemek kartlarında, tüm indirim ve kampanyalar geçerlidir."* şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen tüketici tarafından kampanyalarda yemek kartlarının geçerli olmadığının belirtildiği, firma tarafından bu duruma gerekçe olarak şikayete konu kampanyanın ayın sadece bir gününde geçerli olduğu, sadece bu kampanyada yemek kartı ile ödemenin yapılamadığının ifade edildiği ancak anılan tanıtımlarda kampanya istisnalarına yer verilmediği, dolayısıyla tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, ayrıca ispata ilişkin olarak sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz kaldığı, 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, 9/2, 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 **Bicen Mağazacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları** **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**133)**

**Dosya No:** **2022/5743**

**Şikayet Edilen: Evgaranti Gayrimenkul Yatırımları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “V Club” isimli hizmete ilişkin yayınlanan reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** 21.11.2022-05.12.2022 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ve Youtube isimli sosyal medya mecrasında 21 Kasım 2022 tarihinde "V Club" isimli hesaptan paylaşılan (https://www.youtube.com/watch?v=P5gddiQBOrA URL adresinde yer alan) görsellerde;

*"Okan Bey Alaçatı ve Bodrumda iki otel birden aldığınız haberleri doğru mu?*

*-Doğru..., V Club'da özgürsün*

*Bir: Küçük bir bütçeyle ister bodrumda ister alaçatıda tapu sahibi olabiliyorsun.*

*İki: Bu otellerdeki paylarından düzenli kira geliri elde ediyorsun*

*Üç:110 ülkede 4500 otelde her yıl bir hafta ücretsiz konaklıyorsun*

*Dört: Tapunu dilediğin zaman V Club üzerinden satabiliyorsun* " ifadeleri ile

*"275.000TL'ye Çeşme Alaçatıda tapulu mülkünüz olsun ister misiniz? Kasım'a özel aylık 2.500TL kira garantisiyle."*

*"325.000 TL'ye Çeşme Alaçatıda tapulu mülkünüz olsun ister misiniz? Aylık 2.500 TL kira garantisiyle.* " ifadelerine yer verildiği,

Şirkete ait https://www.vclub.com.tr/ adresli internet sitesinin 07.12.2022 tarihli görünümünde;

*"Kira Getirili Gayrimenkul Yatırımı: V CLUB Yatırım Alaçatı ÇEŞME ALAÇATI’DA TAPU SAHİBİ OLUN Türkiye’nin gayrimenkul değeri sürekli artan bölgesi Çeşme’de risksiz, kazanç garantili ve tapulu bir gayrimenkul yatırımınız olsun. DÜZENLİ GELİR ELDE EDİN HEM TATİL YAPIN HEM YATIRIM YAPIN 110 ülkede bulunan 4500 otelde istediğiniz zaman ücretsiz konaklama hakkına sahip olun. ALAÇATI’DA İNDİRİMLİ KONAKLAYIN V CLUB Alaçatı’da %40 indirimli konaklama avantajından yararlanın.*

*Uzun Dönemli Yazlık Kiralama: V CLUB Tatil Bodrum HER SENE BODRUM’DA TATİL YAPIN Her mevsime özel paket seçenekleri ile Bodrum Torba’da ömür boyu her sene tatil yapabileceğiniz, nesilden nesilebırakabileceğiniz bir yazlık yatırımınız olsun. NE ZAMAN TATİL YAPACAĞINIZA SİZ KARAR VERİN Seçeceğiniz paketin sunduğu tarih aralığı içindeki haftalardan size uygun olanı 60 gün önceden rezerve ederek her yıl istediğiniz haftalarda tatil yapmanın tadını çıkarın. TAKSİTLE BİR KERE ÖDEYİN ÖMÜR BOYU KİRALAYIN Banka kredisi kullanmadan 18 aya varan taksitlerle bir kere ödeyerek, fiyat artışlarından etkilenmeden ömür boyu tatili garanti altına alın. YENİ NESİL GAYRİMENKUL YATIRIMI: V CLUB ALAÇATI Hem düzenli kira geliriniz olsun hem 110 ülkede ücretsiz konaklayın"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımlarda yer verilen "tapulu" ifadesinin hem Alaçatı hem Bodrumda gerçekleştirilen proje ve faaliyetler için geçerli olduğu algısının yaratıldığı ancak Bodrum'da şahsi hakka devre tatil sözleşmesi akdedildiğinin tespit edildiği, böylece sözleşme konusu şahsi hak olduğu için herhangi bir tapu senedinin düzenlenemeyeceği, bu çerçevede ortalama tüketicinin satışa sunulanın niteliği konusunda yanıltıldığı,

Diğer taraftan anılan reklamlarda yer verilen "*Kira Getirili Gayrimenkul Yatırımı: V CLUB Yatırım Alaçatı ÇEŞME ALAÇATI’DA TAPU SAHİBİ OLUN Türkiye’nin gayrimenkul değeri sürekli artan bölgesi Çeşme’de risksiz, kazanç garantili ve tapulu bir gayrimenkul yatırımınız olsun. DÜZENLİ GELİR ELDE EDİN HEM TATİL YAPIN HEM YATIRIM YAPIN* (...)" ifadeler ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde yer verilen *"Devre mülk sözleşmeleri hariç olmak üzere; devre tatil veya uzun süreli tatil hizmeti, yatırım aracı olarak tanıtılamaz."* hükmüne aykırı hareket edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-ç, 7/5-d, 7/5-e, 7/5-g, 7/5-h, 7/6, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1, 13/2, 18/1, 18/2, 27/2, 27/4, 27/5 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna ,

Buna göre, reklam veren **Evgaranti Gayrimenkul Yatırımları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **622.853.-TL (AltıyüzyirmiikibinsekizyüzelliüçTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**134)**

**Dosya No: 2022/5528**

**Şikayet Edilen: Yapı ve Kredi Bankası Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bankaya ait *“Emekli tanıdıklarınıza referans olun, hem siz kazanın hem onlar kazansın!”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:**22.08.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bankaya ait söz konusu reklamlarda “*Emekli Tanıdığını Getiren Tüm Yapı Kredililere Her Bir Kişi İçin 250 TL Hediye!’’* şeklinde tanıtım yapıldığı, bir kişinin ilgili kampanyadan en fazla yararlanabildiği ve kampanyanın 19 Kasım 2022 tarihinde sona erdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu kampanya kapsamında pek çok müşterinin referans ödemelerinin yapıldığı, bankaya yapılan başvurularda referans ödemesi yapılmayan müşterilerin kampanya şartlarını sağlamadığı Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan dekontlar 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: 2022/5542**

**Şikayet Edilen: Akyaka Park Avm Akasya Maden Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait internet sitesinde ve muhtelif mecralarda yer alan “Yeni yıl alışverişlerinizde yarısı bizden” başlıklı reklamları.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:**01.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Diğer

**Tespitler:** Firmaya ait söz konusu reklamlarda, 2.000 TL ve Üzeri Alışverişlerde 1.000 TL, 1.500 TL ve Üzeri Alışverişlerde 750 TL, 1.000 TL ve Üzeri Alışverişlerde 500 TL vaat edildiği ancak kampanyadan yararlanabilmek için aynı mağazadan alışveriş yapmış olma gerekliliği bilgisine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu kampanyadan farklı mağazalardan alışveriş yapmış olmalarına rağmen pek çok tüketicinin faydalandırıldığının Bakanlığa gönderilen cevap yazısı ekinde yer alan faturalar 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: 2023/44**

**Şikayet Edilen: Saat ve Saat Mağazacılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın muhtelif internet mecralarında yayınlanan “GUU1337L2M” ürün koduna sahip kadın kol saatine yönelik indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.01.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 02.01.2023 tarihinde, firmaya ait söz konusu reklamlarda, “GUU1337L2M” ürün koduna sahip kadın kol saatinde yapılan indirim kampanyası kapsamında, fiyatının %45 indirim ile 2880 TL’den 1584 TL’ye düştüğü şeklinde tanıtım yapılmasına rağmen ürün sepete eklendiğinde bu indirimin uygulanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sö konusu firma tarafından "GUU1337L2M” ürün koduna sahip kadın kol saatinin 02.01.2023 tarihi saat 16:48’de fiyatında %45 indirim yapılarak 1.584 TL’den satışa sunulduğuna ilişkin tanıtım yapıldığı, bu tanıtıma istinaden tüketiciler tarafından ürünün satın alınmak istendiği, ancak ürün sepete eklendiğinde söz konusu indirimin yansıtılmadığı, dolayısıyla tüketicilerin aldatıldığı ve mağdur edildiği, bununla birlikte firma tarafından gönderilen log kayıtları incelendiğinde 1 Aralık 2022 tarihinden 2 Ocak 2023 tarihine kadar ilgili ürünün indirimli satışını gerçekleştirdiği ancak 2 Ocak 2023 tarihinde mevcut reklamların devam etmesine rağmen indirimli satış gerçekleştirilmediği, söz konusu ticari reklam ve uygulamanın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 13/1, 13/2, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 29/1, 29/2-a, 29/2-c, 29/3, 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

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

**137)**

**Dosya No: 2022/4726**

**Şikayet Edilen: Des Organizasyon Medya Reklam Hizmetleri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Sakarya İli Serdivan İlçe Belediye binası karşısında yer alan yapının üzerinde yer alan açık hava reklamı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş/Broşür

**Tespitler:** Sakarya İli Serdivan İlçe Belediye binası karşısında yer alan yapının üzerinde yer alan afişte "Altınküre Okulları'na ithafen "*Sakarya'nın En İyi Eğitim Kurumu Ödülü Teşekkürler Sakarya*" şeklinde ifadeler yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Sakarya İli Serdivan İlçe Belediye binası karşısında yer alan yapının üzerinde "Altınküre Okulları'na ithafen asılan "*Sakarya'nın En İyi Eğitim Kurumu Ödülü Teşekkürler Sakarya*" şeklinde ifadeler içeren açık hava reklamına ilişkin olarak "Diamonds of Turkey Awards" adı altında dağıtılan ödüllerin belirlenmesinde dikkate alınan kriterlerin nesnel olmadığı, bir eğitim kurumunun "en iyi" olarak nitelendirilebilmesi için aynı veya oldukça benzer alanlarda faaliyet gösteren eğitim kurumlarını da kapsayan araştırma sonuçlarından elde edilmiş nesnel verilere dayanılması gerektiği, reklamda kullanılan "en iyi" ifadesinin tüketicilerin davranış biçimini ve karar alma süreçlerini önemli ölçüde etkileyecek, rakipler arasında haksız rekabet oluşturacak niteliğe sahip karşılaştırmalı bir ifade olduğu ve firma tarafından söz konusu karşılaştırmalı ifadeye ilişkin olarak ilgili mevzuat hükümleri gereğince ispat edici nitelikte bilgi ve belgeler sunulmadığı da dikkate alındığında söz konusu reklam 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-b, 7/5-g, 7/8-a, 7/8-b, 7/8-ç, 8/1-a, 8/1-b, 8/1-ç, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-g, 8/1-ğ, 8/1-ı, 9/1, 9/5, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre,reklam ajansı **Des Organizasyon Medya Reklam Hizmetleri Limited Şirketi** 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.

**138)**

**Dosya No: 2022/5225**

**Şikayet Edilen: Serkan Azak E-Sertifika Eğitim Ticaret ve Danışmanlık**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.hepsiburada.com/ internet sitesinde "E-Sertifika" isimli mağaza aracılığıyla, "E-Sertifika Arıcılık Eğitimi (E-Devlet-EETAC Onaylı Sertifikalı)" şeklinde ifadelerle yapılan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.11.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.hepsiburada.com/ internet sitesinde "E-Sertifika" isimli mağaza aracılığıyla, "E-Sertifika Arıcılık Eğitimi (E-Devlet-EETAC Onaylı Sertifikalı)" şeklinde ifadelerle tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, her ne kadar gönderilmiş olan savunma cevabı yazısında "E-Devlet onaylı ifadesinin kullanımının sektörde yerleşik bir hale geldiği, bu ifade ile kastedilenin verilen sertifikaların doğrulamasının E-Devlet üzerinden yapılabileceği olduğu ifade edilmiş olsa da reklam ve tanıtımlarda kullanılan "onaylı" ifadesinin "doğrulama" işlemini de kapsayacak şekilde daha geniş bir anlam içerdiği, "onaylı" ifadesinin kullanımının tüketicilerde sanki bu sertifikaların E-Devlet platformu vasıtasıyla verildiği şeklinde yanlış bir fikir oluşmasına yol açma riski oluşturması sebebiyle söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre,reklam veren **Serkan Azak E-Sertifika Eğitim Ticaret ve Danışmanlık** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**139)**

**Dosya No: 2022/6001**

**Şikayet Edilen: Mapa Mobilya ve Aksesuar Pazarlama Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"Yassı Paket: Çevreye duyarlı bir fikir”* başlığı altında yapılan ve reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2022

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş/Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait afiş/broşür vasıtasıyla *"Yassı Paket: Çevreye duyarlı bir fikir", "IKEA'nın kurucusu Ingvar Kamprad, 1956 yılında mobilyaları yassı ambalajlarla paketleme fikrini paylaştığında çoğu kişi bu fikri ciddiye almadı. Oysa zamanında alan tasarrufu sağlayan ve maliyetleri düşüren bu fikir, bugün aynı zamanda yakıt kullanımını ve karbon emisyonlarını da azaltıyor."* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda firma tarafından gönderilen bilgi belgelere ve hesaplama örneğine göre ürünlerin yassı paketlenmesinin ürünlerin taşınması işlemi esnasında daha az taşıt kullanılması sonucunu doğurduğu böylece yakıt kullanımının ve karbon emisyonunun azaldığı değerlendirilmiş olup,

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

**140)**

**Dosya No: 2023/266**

**Şikayet Edilen: EHM Mağazacılık San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.englishhome.com/ uzantılı internet sitesinde "Grandeur Bambu Saten King Size Nevresim Takımı 240x220 cm" ve "Crispate Gofre Çift Kişilik Nevresim Takımı 200x220 cm Bej-Mavi" isimli ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.01.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.englishhome.com/ uzantılı internet sitesinin 02.01.2023 tarihli görünümünde "Grandeur Bambu Saten King Size Nevresim Takımı 240x220 cm" adlı ürünün 3.999,99 TL üzerinden yapılan indirimle 1.599,99 TL’den satışa sunulduğu, benzer şekilde "Crispate Gofre Çift Kişilik Nevresim Takımı 200x220 cm Bej-Mavi" adlı ürünün 2.999,99 TL üzerinden yapılan indirimle 1.199,99 TL’den satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ilgili mevzuatta yer alan; *"Bir mal veya hizmetin indirimden önceki satış fiyatının tespitinde indirimin uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat esas alınır. Meyve ve sebze gibi çabuk bozulabilen mallara ilişkin reklamlarda indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır. Bu hususlara ilişkin ispat külfeti reklam verene aittir."* hükmü gereği anılan ürünlere yönelik bahse konu e-ticaret platformunda indirim uygulanırken indirimin uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyatın esas alındığının ispatlanması gerektiği, ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla indirim öncesinde gösterilen fiyatların gerçeği yansıtmayarak tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 14/1, 14/2, 14/3, 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre,reklam veren **EHM Mağazacılık San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128,00 TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**141)**

**Dosya No:** **2022/5373**

**Şikayet Edilen: Ankara Servis Merkezi Tamir İnşaat Otomotiv İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.yetkili-servisbul.com/index-2.html adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.12.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**:Firmaya ait https://www.yetkili-servisbul.com/index-2.html adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda firmanın yetkili servis olmamasına rağmen "Arçelik, Beko, Altus, Bosch, Siemens, Profilo" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda firmaya ait https://www.yetkili-servisbul.com/index-2.html adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda firmanın yetkili servis olmamasına rağmen "Arçelik, Beko, Altus, Bosch, Siemens, Profilo" gibi markaların ismine yer verilerek yetkili servis görünümünde hizmet verdiği izlenimi yaratıldığı, söz konusu internet sitesinde herhangi bir yetkili servise yönlendirme yapılamadığı, dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1,7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a,11 inci,28 inci,29 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Ankara Servis Merkezi Tamir İnşaat Otomotiv İç ve Dış 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.

**4.1) Diğer Konuların Görüşülmesi**

**1)**

**Dosya No: 2022/4941**

Nilay Toprak Güzellik ve Kozmetik Limited Şirketine ait [www.nilaytoprakguzellik.com](http://www.nilaytoprakguzellik.com) adresli internet sitesinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında "nilaytoprakguzellik" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu’nun 10.01.2022 tarihli ve 329 sayılı toplantısında, anılan firma hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **155.712,-TL. (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesi** kararına ilişkin olarak reklam veren firma tarafından yapılan itirazın görüşülmesi ve değerlendirilmesi neticesinde, söz konusu **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2022/3783**

**Elf Estetik ve Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.** isimli kuruluşa ait[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinde ‘elifdagcibeauty’ hesap adıyla yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulunun 13.12.2022 tarih ve 328 sayılı toplantısında verilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak kuruluş tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2022/5071**

**Mürsel BAYRAK** isimli şahsa ait trendyol e-ticaret sitesinde "aktarhome" mağaza adıyla yayımlanan tanıtımlarla ilgili olarak 10.01.2023 tarih 329 sayılı REKLAM KURULU kararı ile uygulanan 155.712-TL (Yüzellibeşbinyediyüzoniki Türk Lirası) idari para ve durdurma cezalarına ilişkin anılan şahsın itirazının görüşülmesi sonucunda, söz konusu şahıs tarafından Bakanlığa sunulan bilgi ve belgelerin değerlendirilmesi ile birlikte, şahıs hakkında uygulanan "anılan reklamların durdurulması ve idari para cezası uygulanması" işlemine ilişkin **idari para cezasının kaldırılmasına** ve 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca firma hakkında uygulanan **anılan reklamları durdurma cezası işleminin devamına** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2022/5071**

**Fatma ARAZ** isimli şahıs tarafından ''Kozalak Şurubu'' isimli ürünün internet üzerinden yapılan reklam ve tanıtımlarının mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulunun 10.01.2023 tarih ve 329 sayılı toplantısında verilen **idari para cezasının kaldırılmasına** ve 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca uygulanan **anılan reklamları** **durdurma cezası işleminin devamına** karar verilmiştir