

**T.C.**  
**TİCARET BAKANLIĞI**  
**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi : 9 Temmuz 2024**

**Toplantı Sayısı : 347**

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

1)

**Dosya No: 2024/4298**

**Şikayet Edilen: TTnet A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Mobil uygulamada yer alan "Paket (Hız) Değişikliği" başlıklı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, reklam veren tarafından mobil uygulama üzerinden sabit internet abonelerine hız yükseltme seçeneklerinin sunulduğu, bazı tüketicilerin bu bölümde çıkan seçeneklerin kendisine uygun olduğunu düşünerek başvuruda bulunduğu, ancak altyapısı uygun olmayan tüketicilere başvuruları doğrultusunda işlem yapılamadığına dair kısa mesaj ile gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait mobil uygulama üzerinde tüketiciye gösterilen "Paket (Hız) Değişikliği" başlıklı bölümde gerekli altyapı bulunmamasına rağmen 100 Mbps hız verilebileceğinin vaat edildiği dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddiaları karşısında, mobil uygulamada yaşanan teknik bir sorun sebebiyle tüketicilerin altyapılarından bağımsız olarak diğer koşulları sağlamaları halinde yararlanabilecekleri kampanyalara yönelik hızları ve kampanya fiyatlarını gördükleri,

altyapının desteklemediği hızlara başvuru yapan tüketicilere bilgilendirme mesajı gönderildiği, başvuru sahibi tüketici ile de konuya ilişkin müşteri hizmetleri tarafından görüşme yapıldığı ifade edilmiş olmakla birlikte tüketicilere sunulan ve herhangi bir istisna veya bağlantı hızını etkileyebilecek diğer koşullara yer verilmeden sunulan sabit internet hız yükseltme seçenekleri sonucu tüketiciler yönünden mevcut aboneliklerinde değişiklik yapılabilme imkanı bulunduğu yönünde haklı bir beklenti oluştuğu, bu kapsamda reklam verenin internet hizmetinin tercih edilebilmesine bir etken olabileceği ancak bu kapsamda talepte bulunan tüketicilere de özetle taleplerinin gerçekleştirilemediğine yönelik kısa mesaj gönderildiği, dolayısıyla anılan reklamın ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda gerçeği yansıtmadığı, 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-b, 9/1, 9/2, 18/1, 18/2, 18/5, 18/6, 18/7, 27/7-a ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

2)

**Dosya No: 2024/3888**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Kamu Çalışan Prime 30 GB" ve "Sade Prime 40 GB" isimli tarifelere yönelik gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, tüketicilerin geçiş yapmak istediği tarifelere ilişkin görsellerin sunulduğu, tarifelerden yararlanan aboneler bulunmakla birlikte başvuru sahibi tüketicilerin tarifelerden yararlanamadığı ve farklı tarifelere yönlendirildikleri tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Kamu Çalışan Prime 30 GB" isimli tarife ile ilgili olarak şirkete ait internet sitesinde anılan tarifeye ilişkin "Kamu Tarifelerinden, kamu çalışanları Türk Telekom mağazalarına giderek kurum kimliklerini ibraz etmeleri durumunda faydalanabilecektir..." açıklamalarına binaen 18.01.2024 tarihinde ofis ve müdürlüğe giden tüketiciye kampanyanın internet üzerinden yapılan başvurulara özel olduğunun iletildiği, bunun üzerine aynı gün başvuru yapan tüketiciye sonrasında başvuru sürecini sormak için müşteri hizmetlerini aradığında kampanyanın sona erdiği bilgisinin verildiği, ancak tarifeye ilişkin tanıtımın başvuru tarihi itibariyle halen yayında olduğu iddialarına yönelik olarak Kamu Çalışan Prime 30 GB tarifesinin tüketicinin başvuruda bulunduğu tarihte yeni müşteri alımına açık olan bir tarife olmadığı, ilgili tarifenin internet sitesinde "yeni müşteri alımına kapalı teklif" olarak gösterildiği, tüketicinin iletildiği ekran görüntüsünün hangi tarihte alındığının bilinmediği, tüketicinin başvuruda bulunmak istediği tarifenin müşteri alımına kapalı tarifeler arasında yer alması sebebiyle yine kamu çalışanlarına özel başka bir tarife olan "Çalışan Kamu Prime 30 GB" tarifesi hakkında bilgi verildiği, tüketicinin ise daha uygun fiyatlı "Dijital Prime 30 GB" tarifesine geçiş yapmak istediğini iletildiği, ancak dijital onay vermemesi üzerine numara taşıma sürecinin tamamlanamadığı beyan edilmiş olsa da sekreteryaya tarafından anılan tarifenin tanıtım detaylarına dair şirketin internet sitesinden (<https://bireysel.turktelekom.com.tr/mobil/yeni-musteri-tarife-ve-paketleri/faturali-tarifeler/kamu-calisan-prime-30-gb-tarifesi>) 29.02.2024 günü saat 14:35'te alınan ekran görüntüsünde "Tarife 23.01.2024 tarihi itibariyle müşteri alımına/geçişine kapatılmıştır." ibaresinin yer aldığı ve tüketicinin de tarifeden yararlanmak için şirkete gerekli başvuruyu doğal olarak şikayet tarihi olan 19.01.2024 tarihinden önce yaptığı dikkate alındığında tüketicinin başvuru tarihi itibariyle tarifeden yararlandırılması gerekirken kampanyanın sona erdiği, tarifenin yeni müşteri alımına kapandığı açıklamalarının gerçeği yansıtmadığı,

"Sade Prime 40 GB Tarifesi" isimli tarifeye ilişkin olarak ise anılan tarifenin taahhütsüz 280 TL olarak ilan edilen fiyatından yararlanmak için müşteri hizmetleri ile görüşen tüketiciye, mevcut müşterilerin sadece online işlemlerde çıkan paketlere geçiş yapabilecekleri şeklinde bilgi verildiği, ancak internet sitesinde söz konusu tarifenin kullanım detaylarında bu yönde bir açıklama olmadığı ve tüketicinin tarifeden faydalandırılmadığı iddialarına ilişkin olarak Sade Prime 40 Tarifesinin mevcut mobil tarifelerden yararlanan ve başka bir tarifeye geçiş ihtiyacı duyan abonelerin geçiş yapabildiği taahhütsüz bir tarife olduğu, tarifenin internet sitesinde sehven tüm mevcut müşterilere açık tarifeler arasında konumlandırıldığı, aykırılığın giderilmesi amacıyla hangi tarifelerden gelen müşterilerin yararlanabileceği bilgisine tarifenin internet sayfasında yer verildiği, tarifenin şu an yeni müşteri alımına kapalı olduğu ve müşteri alımına kapalı tarifeler arasında gösterildiği, tüm tanıtım kanallarında güncel ve doğru bilgilerin yer almasına azami düzeyde dikkat gösterildiği, kampanyalar sona erdiğinde ya da tarife/paketlerde güncelleme olduğunda internet, bayi, afiş gibi tüm tanıtımların derhal güncellendiği ifade edilmiş olmakla birlikte "Sade Prime 40 GB" tarifesine ilişkin olarak da resmi internet sitesinde yer alan açıklamalara itibar ederek satın alma kararında bulunan tüketicilere sehven gerekli tüm bilgilerin vermediği gerekçesiyle tanıtımlarda sunulan vaatlerin yerine getirilmediği, tarifelere ilişkin ortaya çıkan bu durumların tüketicilerin reklamlarda yer alan beyanlara itibar ederek yararlanmak istedikleri tarifelerden yararlanamamaları, bunun sonucu olarak normal şartlar

altında taraf olmayacakları bir başka mobil tarifeye, bir diğer deyişle başka bir edime yönelik sözleşmeye taraf olmasına yol açması hususunun önem arz ettiği,

Dolayısıyla, anılan reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda gerçeği yansıtmadığı, 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, 9/1, 13/1, 13/9, 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 **TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

3)

**Dosya No: 2024/4299**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Çağrı merkezi aracılığı ile başka işletmeci unvanı kullanılarak yapılan aramalara ilişkin ticari uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ticari Uygulama (Arama)

**Tespitler:** Başvuru ve ekleri incelendiğinde, başvuruda bulunan şirket abonelerinin yine başvuruda bulunan şirketin çağrı merkezine doğru yapıldığı anlaşılan ve farklı numaralardan yapılan aramalarda çeşitli konularda kandırıldıklarını ve haksız ticari uygulamalara maruz kaldıklarını iddia ettikleri görüşmelere ilişkin kayıtların yer aldığı, internet servis sağlayıcısı değişikliğine ilişkin benzer iddialar sunulan daha kapsamlı bir listenin yer aldığı, bunlar arasından 4 adet tüketiciye ilişkin iddiaların daha detaylı bir şekilde sunulduğu, şikayet edilenler tarafından da şikayet konusu 4 tüketici özelindeki uygulamalara ilişkin belgeler ile bazı görüşme kayıtlarının gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; başvuruda genel olarak sektördeki diğer işletmecilerin çağrı merkezi veya bayileri aracılığı ile gerçekleştirdiği iddia edilen uygulamalara yer verildiği, gündeme getirilen hususların abonelerin Vodafone çağrı merkezine iletildiği şikayetlerden oluştuğu, daha detaylı olarak sunulan 4 adet tüketiciye yönelik ticari uygulamada tüketicilerin iletildiği bilgiler dışında yanıtıcı olduğu iddia edilen çağrılara ilişkin dosyada başkaca bir bilgi/belge bulunmadığı, tüketici şikayetlerinden birine yönelik ek hizmet satışı iddiası hakkında abonelik kaydı bilgisi bulunmadığı, diğer tüketici şikayetinde teyit aramasına ilişkin ses kaydı ile tüketicinin dijital teyit mesajı onayına ilişkin bilgilerin gönderildiği, sabit internet aboneliğinde internet servis sağlayıcı (İSS) değişikliğine ilişkin diğer iki tüketici şikayetinde ise İSS değişiklik talep formunda imzaların farklı olduğu iddiası bulunmakla birlikte sahte imza iddiasının adli mercilerin ve İSS değişikliğine ilişkin daha özel düzenlemelerin bulunması bakımından Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu'nun (BTK) görev alanında olduğu, bununla birlikte söz konusu iki tüketici için abonelik sözleşmesinin de kurulmadığı ve bir tüketici için de İSS değişikliği öncesinde teyit araması zorunluluğun yerine getirildiği ve gerekli bilgilerin verildiği görülmüş olup, dosyada arayan kimliği konusunda yanıtıcı bilgi verildiği iddialarını ortaya koyabilecek yeterlilikte bir bilgi/belge tespit edilemediği gibi bazı abonelik süreçlerinde ticari uygulamada bulunanın kimliğine yönelik doğru bilgilerin verildiğine yönelik kayıtların sunulduğu, şu haliyle tüketicinin haksız bir ticari uygulamaya maruz kalarak eksik bilgi verilmesi, aldatılması sonucu ekonomik davranış biçiminin bozulmuş kabul edilmesinde abonelik sözleşmesinin tesis edilip edilmediğinin bir bütün olarak ele alınması gerekliliği karşısında haksız ticari uygulamada bulunulduğuna yönelik bir tespit yapmanın güç olduğu, diğer taraftan konunun BTK'nın başta 18.07.2012 tarihli ve 2012/DK-07/334 sayılı Kurul Kararı ile İSS değişiklik sürecinde oluşabilecek tüketici mağduriyetlerini gidermek adına getirilen teyit araması zorunluluğu ile henüz yürürlüğe girmemiş olmasına rağmen 05.09.2023 tarihli ve 2023/DK-THD/263 sayılı Karar ile kabul edilen "İnternet/TV ve Sabit Telefon Hizmetlerine İlişkin Bireysel Yeni Abonelik Tesisi Öncesinde Teyit İşlemleri Yapılması Hakkında Usul ve Esaslar" gibi düzenlemeleri ile ilgili olduğu anlaşıldığından başvurunun bir örneğinin ilgili mevzuat ve işletmecilerin alt bayilik, acentelik düzenlemelerine uyumu kapsamında incelenebilmesi adına adı geçen kuruma iletilmesinde fayda bulunduğu değerlendirilmiş olup,

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

4)

**Dosya No: 2024/4266**

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

**Şikayet Edilen Reklam: "Vodafone Freezone'da Yaşa Takılanlar"** başlıklı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 10.01.2024 – 01.02.2024**

## **Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, Vodafone Freezone Seyahat Yanımda indiriminden 06.05.2024 tarihi itibarıyla toplamda (...) tüketicinin toplamda (...) kez faydalandığı ve 2000 DK+200 SMS+20 GB+20 GB (Hediye)=325 TL içerikli tarifeyle 10.01.2024 – 31.01.2024 tarihleri arasında (...) tüketicinin katılım sağladığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirket tarafından 10.01.2024 tarihinden itibaren çeşitli televizyon kanallarında yayınlandığı belirtilen ve şirketin 26 yaş altındaki bireysel kullanıcılarına sunulan "*Freezone Güzellikleri*" isimli çeşitli faydalara ilişkin "*Vodafone Freezone'da Yaşa Takılanlar*" başlıklı reklam filminin dış sesinde "*Her ay ekstra 20 GB internetleri var, Instagram, TikTok takılıyorlar*" ifadelerinin kullanıldığı esnada dış ses ile aynı anda ekranda durağan yazı olarak "*Vodafone Freezone'lulara ekstra 20 GB'ye kadar hediye*" ifadelerine yer verilmesine rağmen reklam filminde bulunan akar yazıda yönlendirme yapılan internet sitesinde söz konusu ek 20 GB internet faydasının yalnızca *TikTok, Instagram, Facebook* ve *Twitter* sosyal medya platformları ile *Twitch, Discord, PUBG Mobile, League of Legends: Wild Rift, Free Fire, Teamfight Tactics Mobile* ve *Zula Mobile* oyun uygulamalarında geçerli olduğunun görüldüğü, bu yönüyle ekstra 20 GB internet faydasının hangi koşullarda kullanılabileceğine reklam filminde açıkça yer verilmemesinin tüketiciler nezdinde söz konusu faydanın herhangi bir sınırlama olmaksızın kullanılabileceğine yönelik haklı bir beklenti uyandırdığı, reklam filminin devamında dış ses olarak; "*Vizeler bitiyor, onlar memleketlerine 100 TL indirimli dönüyorlar*" ifadelerinin kullanıldığı esnada dış ses ile aynı anda ekranda durağan yazı olarak "*Vodafone Freezone'lulara otobüs biletleri 100 TL indirimli*" ifadelerine yer verilmesine rağmen reklam filminde bulunan akar yazıda yönlendirme yapılan internet sitesinde söz konusu otobüs biletlerinde 100 TL indirim faydasından yalnızca *Seyahat Yanımda* uygulaması ve [www.seyahatyanimda.com](http://www.seyahatyanimda.com) internet sitesi üzerinden yapılan 300 TL ve üzeri otobüs bileti satın alımlarında yararlanılabileceğinin görüldüğü, bu doğrultuda 21 gün yayında kaldığı anlaşılan reklam filminde, otobüs biletlerinde 100 TL indirim faydasının yalnızca 300 TL ve üzeri olan ve belirli platformlardan alınan biletlerde geçerli olduğu bilgisine yer verilmemesinin tüketicilerin faydanın kullanımından beklenen avantajı büyük ölçüde ortadan kaldıracak nitelikte olduğu, reklam filminin sonunda, "*2000 DK + 250 SMS + 20 GB + 20 GB = 325 TL*" şeklinde tanıtilen "*Red Sınırsız İletişim 20 GB*" isimli tarifenin Vodafone'a numara taşıma veya yeni hat tesisi yoluyla gelen aboneler için geçerli olmasına rağmen bu konuda bir istisnaya yer verilmediği ve reklam filminde bulunan akar yazıda yönlendirme yapılan internet sitesinde söz konusu paketin yeni gelen müşterilere ilk 3 ay 260 TL, sonraki 9 ay 325 TL olmak üzere 12 ay taahhülle sunulduğu ve taahhütsüz fiyatının ise 575 TL olduğunun görüldüğü, bu yönüyle paketin taahhütlü yahut taahhütsüz olduğuna ve yalnızca Vodafone'a numara taşıma veya yeni hat tesisi yoluyla gelen abonelere sunulduğuna ilişkin olarak reklam filminde yer verilmeyen bilgilerin tüketicilerin satın alma kararını doğrudan etkileyebilecek nitelikte olduğu ve bu itibarla anılan reklamın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu ve bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu, tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı, ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda gerçeği

yansıtmadığı, 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-b, 7/5-ç, 7/5-h, 13/1, 13/2, 13/9, 18/1, 18/2, 18/4, 18/5, 18/6 ve 18/7 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 **2.200.258-TL (İkimilyonikiyüzbinikiyüzellisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

5)

**Dosya No: 2024/4272**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Vodafone Link At” uygulamasına ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.01.2024 – 01.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, “Vodafone Link At” uygulamasından 01.01.2024 – 01.05.2024 tarihleri arasında (...) adet kullanıcının faydalandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirket tarafından “Vodafone Link At” başlığı ile sunulan kampanyaya ilişkin reklam filminde dış ses olarak “Şimdi Vodafone link atla bir yakınını, arkadaşını Vodafone'a getir, getirdikçe 300 TL kazan” ifadelerine yer verildiği esnada ekranda sabit olarak “Arkadaşını Vodafone'a getirene 300€ hediye” ve “Her seferinde 300€ hediye” ifadelerinin yer aldığı, yine aynı esnada ekranda akar yazı olarak “Link At kampanya sayfasından oluşturulan linke tıklayarak Vodafone mobil hat aktivasyonu tamamlanan her bir yeni müşteri için, linki paylaşan kişi 300 TL kazanacaktır. 1 ay içerisinde maksimum 5.000 TL kazanç elde edilebilir. Detaylar: [www.vodafone.com.tr/link-at-para-kazan](http://www.vodafone.com.tr/link-at-para-kazan)” ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadelerden “Vodafone Link At” kampanyası kapsamında bir gerçek kişinin bir ay içerisinde toplamda elde edebileceği kazancın 5.000 TL ile sınırlı olduğu ve bu sınıra ulaşabilmesi için on altıdan fazla kişiyi Vodafone aboneliği yapması

gerektiğinin anlaşıldığı, bu itibarla başvuruya konu kampanya ile sunulan 300 TL kazanç sağlanmasına getirilen 5.000 TL tutarındaki sınırın ana vaadin sağladığı faydayı tamamıyla ya da büyük lde ortadan kaldırdığından bahsedilemeyeceği, nitekim bir gerçek kişinin bir ay içerisinde on altıdan fazla müşteriyi herhangi bir ticari veya mesleki amaçla hareket etmeksizin Vodafone'a getirmesinin hayatın olağan akışı içerisinde çok mümkün bulunmadığı, dolayısıyla başvuruya konu kampanya kapsamında konulan 5.000 TL tutarındaki sınırın makul olduğu ve kampanyaya ilişkin reklam filminde bir gerçek kişinin bir ay içerisinde en fazla 5.000 TL kazanç elde edebileceğine ilişkin istisnaya ekranda akar yazı olarak yer verilmesi halinde artık yanılıtıcı bir tanıtımdan bahsedilemeyeceği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların; 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.

6)

**Dosya No: 2024/4274**

**şikayet Edilen: Superonline İletişim Hizmetleri A.ř.**

**şikayet Edilen Reklam:** "*Online'a zel 2 Ay cretsiz Fiberde Uuran Hızlar*" başlıklı kampanyaya ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.12.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, "*Online'a zel 2 Ay cretsiz Fiberde Uuran Hızlar*" başlıklı kampanyadan 29.12.2023 – 26.05.2024 tarihleri arasında (...) adet tüketicinin faydalandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirket tarafından "*Online'a zel 2 Ay cretsiz Fiberde Uuran Hızlar*" başlıklı Superonline hizmetine ilişkin olarak internet sitesinde ve sosyal medya üzerinden "*Online'a özel indirimleriyle ışık hızında fiber Turkcell Superonline'da. 12 ay sözünüze, ilk 2 ay ücretsiz, son 10 ay 360 TL/ay 25 Mbps için geçerlidir.*" içeriği ile yapılan tanıtıma istinaden tüketicinin söz konusu kampanyaya Turkcell mobil uygulaması ve internet sitesinden başvuru yapmak istediğinde sistem tarafından müşteri hizmetlerine yönlendirilmesi üzerine her ne kadar müşteri temsilcisi tarafından kampanyadan faydalandırılmadığı iddia edilmekte ise de tüketiciden 28.02.2024 tarihinde şikayette bulunulması üzerine 01.03.2024 tarihinde söz konusu kampanyaya ilişkin başvuru sürecinin tamamlandığı, 02.03.2024 tarihinde ise kurulum işlemlerinin gerçekleştirildiği ve halihazırda Turkcell Superonline aboneliğinin devam etmekte olduğu, kampanyadan faydalanabilen çok sayıda tüketiciden de bulunduğu dikkate alındığında artık yanılıtıcı bir tanıtımdan bahsedilemeyeceği değerlendirilmiş olup,



Dolayısıyla inceleme konusu reklamların; 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.

## **DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI VE TEKNOLOJİ**

7)

**Dosya No: 2024/519**

**Şikayet Edilen: Lenovo Global Teknoloji San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "*Lenovo R25İ-30 Flat Panel Monitor*" markalı ürün ile ilgili <https://www.teknosa.com/> Url adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024**

**Yayınlandığı Mecra: İnternet, Diğer (Ambalaj)**

**Tespitler:** Başvuru ekinde yer alan ürün ambalajı üzerinde, "*180Hz Refresh Rate with Overclock*" ibaresinin yer aldığı, bilgisayar özelliklerinin görüntülediği ekran görselinde ürünün kullanımında yenileme hızının 165Hz olduğunun görüldüğü, ancak aynı görselde "Over clock" özelliğinin "off" olduğunun da görüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait "*Lenovo R25İ-30 Flat Panel Monitor*" markalı ürün ile ilgili yapılan tanıtımlarda, ürünün "Refresh rate" (yenileme hızı) özelliğinin "Overclock" kullanılarak 180 olabileceğinin açıkça belirtildiği, reklam veren tarafından gönderilen bilgi ve belgelerle de bu durumun ispat edildiği, anılan tanıtımlarda herhangi bir aldatıcılığın ve yanıltıcılığın 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.

8)

**Dosya No: 2024/4237**

**Şikayet Edilen: Suzuki Motorlu Araçlar Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait broşürlerde yer verilen "Suzuki Vitara Euro NCap 5 Yıldız" reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 29.09.2023**

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait broşürde, "Euro NCAP 2015" logosunun kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın "Suzuki Vitara" model araçlara ait broşüründe "Euro NCAP 2015" logosu kullanıldığı ve söz konusu testin 2015 yılına ait olduğunun açıkça vurgulandığının görüldüğü 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.

9)

**Dosya No:** 2024/3922

**Şikayet Edilen:** Hasan BAŞARAN (Başaran Elektronik)

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Onvo OV24100 24"61 Ekran Uydu Alıcılı HD LED TV" adlı ürüne ilişkin www.teknosa.com adlı internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, www.teknosa.com adlı internet sitesinde "Başaran Led TV Dünyası" satıcı adı ile satışı yapılan "Onvo OV24100 24 61 Ekran Uydu Alıcılı HD LED TV" adlı ürünün 28.990 TL üzerinden yapılan indirimle 2.999 TL'ye satışı sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından "Başaran Led TV Dünyası" satıcı adı ile www.teknosa.com adlı internet sitesinde satışı yapılan "Onvo OV24100 24"61 Ekran Uydu Alıcılı HD LED TV" adlı ürünün 28.990 TL üzerinden yapılan % 90 indirimle 2.999 TL'den satışa sunulduğu şeklinde tanıtımlara yer verilmesine rağmen ürünün hiçbir zaman 28.990 TL'den satılmadığı, indirimin gerçeği yansıtmadığı, üzeri çizili fiyat olan 28.990 TL'nin reklam tarihinden önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat olmadığı söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hasan BAŞARAN (Başaran Elektronik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2024/3964**

**Şikayet Edilen: Arçelik A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait ww.beko.com.tr adresli internet sitesinde ve bayilerde satışı yapılan "*Beko 30725A Model 7000 BTU/h Klima*" reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, ürünün üzerinde "*Neo İnverter*" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.beko.com.tr adresli internet sitesinde ve bayilerde satışı yapılan "*Beko 30725A Model 7000 BTU/h Klima*" adlı ürünün "*Ekolojik İnverter*" özelliği olduğuna ilişkin reklam ve tanıtımlar yapılmasına rağmen ürünü satın alan tüketiciye teslim edilen ürünün üzerinde "*Neo İnverter*" yazdığı, reklamı yapılan ürün ile fiziken teslim alınan ürünün birebir aynı olmadığı, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 29/1, 29/2-a, 29/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

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

11)

**Dosya No: 2024/4334**

**Şikayet Edilen: Master Girişim Bilgi Teknolojileri Yatırım ve Pazarlama Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Firma tarafından gönderilen "*Maliyetine Ev*" başlıklı kısa mesaj tanıtımları

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** 2023

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından gönderilen "*Maliyetine Ev*" başlıklı kısa mesaj tanıtımlarında, "*690 TL'ye Konya Ilgın Termal Tatil Köyünde Tamamen Tapusu Size Ait Suit Daire Sahibi Olun. Master Sonsuz Tatil Köyü 365 Gün Tatil Yapabileceğiniz Muhteşem Konseptiyle Satışa Sunulmuştur.... Lansmana Özel Fiyatlarımız İçin Son Tarih 15 Eylül. Sınırlı Adette Teklifimizi Kaçırmayın.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından "*Maliyetine Ev*" adı ile tüketicilere gönderilen kısa mesajda, "*690 TL'ye Konya Ilgın Termal Tatil Köyünde Tamamen Tapusu Size Ait Suit Daire Sahibi Olun. Master Sonsuz Tatil Köyü 365 Gün Tatil Yapabileceğiniz Muhteşem Konseptiyle Satışa Sunulmuştur.... Lansmana Özel Fiyatlarımız İçin Son Tarih 15 Eylül. Sınırlı Adette Teklifimizi Kaçırmayın.*" ifadelerine yer verildiği, ancak firma yetkilileri ile yapılan telefon görüşmesinde bu fiyatın dairenin fiyatının yarısı olduğu, gerçek değerinin ise 1.350.000 TL olduğu bilgisinin verildiği, bu istisnai bilgiye kısa mesajda ya da internet sitelerinde yer verilmediği, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiştir olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Master Girişim Bilgi Teknolojileri Yatırım ve Pazarlama Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **173.553-TL (Yüzyetmişüçbinbeşyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

12)

**Dosya No: 2024/4349**

**Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde satışa sunulan "*Randevulu teslimat seçeneği ile hızlı ve ücretsiz teslim edilir.*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.07.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adlı internet sitesinde satışa sunulan "*York YKGN48BZMRZUH1 48.000 Btu Kaset Klima*" adlı ürün sayfasında, "*Randevulu teslimat seçeneği ile hızlı ve ücretsiz teslim edilir.*", "*Tahmini 01 Ağustos 2023 tarihinde teslim edilir.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın reklam ve ilanlarında taahhüt ettiği tarihte ürün gönderimi yaptığının 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.

13)

**Dosya No: 2024/3792**

**Şikayet Edilen: Karaca Züccaciye Ticaret ve Sanayi A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.karaca.com adresli internet sitesinde, çeşitli yazılı ve görsel mecralarda ve instagram.com sosyal medya sitesinde firmaya ait "*karaca*" adlı sayfada yer alan "*Türkiye'nin sulu yemek yapan ilk ve tek AirFryer'ı*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.karaca.com adresli internet sitesinde, çeşitli yazılı ve görsel mecralarda yer alan ve instagram.com sosyal medya sitesinde firmaya ait "*karaca*" adlı sayfada yapılan paylaşımda, "*Yeni Air Pro Cook Duo AirFryer ile tanışın. Pişme süreleri farklı iki yemeği aynı anda pişirir tüm bunları yaparken de iki ayrı haznede pişen yemeklerin kokularını birbirine karıştırmaz. Üstelik Türkiye'de ilk ve tek özelliğiyle sulu yemek yapabilir, 8 litrelik*"

*geniş hacmi sayesinde her yemeği çift porsiyonlu da hazır edebilir. Bütün bu özellikler yeni Air Pro Cook Duo Airfryer'da, Air Pro Cook Duo Airfryer Karaca'da."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.karaca.com adresli internet sitesinde, çeşitli yazılı ve görsel mecralarda yer alan ve instagram.com sosyal medya sitesinde firmaya ait "karaca" adlı sayfada yapılan "Karaca Air Pro Cook Duo Ev Yemeği XXXL 8 Litre Airfryer" adlı ürün reklamlarında, "Türkiye'nin sulu yemek yapan ilk ve tek AirFryer'ı" ifadesinin bulunduğu, söz konusu ifadenin güncel ve geçerli bir gerekçe ve dayanak belirtilmeden, ortalama tüketici algısını etkileyecek ve haksız rekabet oluşturacak şekilde kullanıldığı, "Türkiye'nin sulu yemek yapan ilk ve tek AirFryer'ı" ifadesinin kullanılabilmesi için Türkiye'deki tüm ürünler ile karşılaştırılması ve yapılan bu karşılaştırmanın ispatlanması gerektiği, ancak firma tarafından üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış herhangi bir ispatlayıcı rapor sunulmadığı, söz konusu ifadesinin soyut ve dayanaksız bir şekilde kullanıldığı ve piyasadaki ürünler içerisinde tek olduğu algısı yaratılmaya çalışıldığı, haksız rekabete neden olduğu, söz konusu ifadenin objektif ve ispatlanabilir olmadığı ve bilimsel geçerliliği olan raporlarla ispatlanamadığı, bu nedenle reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-e, 8/1-f, 8/1g, 8/1-ğ, 8/1-h 8/1-ı, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 29/1, 29/2-a, 29/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

14)

**Dosya No: 2024/3275**

**Şikayet Edilen: Dyson Turkey Elektrikli Ürünler Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "<https://www.dyson.com.tr/>" internet sitesinde yayımlanan "Dyson V12 Detect Slim Absolute" adlı ürün reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 24.03.2024 tarihinde <https://www.dyson.com.tr/dyson-v12-detect-slim-ab-solute-nikel> URL adresinde yayımlanan "Dyson V12 Detect Slim Absolute" adlı ürün reklamlarında, "60 dakikaya kadar azalmayan emiş gücü" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 24.03.2024 tarihinde <https://www.dyson.com.tr/dyson-v12-detect-slim-absolute-nikel> URL adresinde yayımlanan "Dyson V12 Detect Slim Absolute" adlı ürün reklamlarında yer alan "60 dakikaya kadar azalmayan emiş gücü" iddiası, bilimsel nitelik arz eden herhangi bir araştırma sonucu, test raporu ve benzeri belgelerle ispatlanamadığından söz konusu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dyson Turkey Elektrikli Ürünler Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

15)

**Dosya No:** 2024/3269

**Şikayet Edilen:** Şok Marketler Ticaret Anonim Şirketi

**Şikayet Edilen Reklam:** "Şok Ekstra Ürünler" başlıklı afiş tanıtımlarında yer alan "Peşin fiyatına 6 taksit" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.04.2024-18.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, "Şok Ekstra Ürünler" başlıklı afiş reklamlarının sol üst köşesinde büyük puntolarla "Peşin fiyatına 6 taksit" ifadesinin kullanıldığı, bu ifadenin yanında "Iphone 13 128 GB Midnight Cep Telefonu" ve "Samsung Galaxy S23 8/256 GB" adlı ürünlere

yer verildiği, afişin alt kısmında ise taksit uygulanmayacak ürünlerin küçük puntolarla sayıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “*şok Ekstra Ürünler*” başlıklı afiş reklamlarının sol üst köşesinde “*Peşin fiyatına 6 taksit*” ifadesinin kullanıldığı, bu ifadenin yanında cep telefonu görsellerine yer verildiği, söz konusu ifade ile ortalama tüketicide afişte yer alan tüm ürünlere taksit uygulanacağı izleniminin oluşturulduğu, ancak cep telefonlarına vaat edilen taksitin uygulanmadığı, afişin üst kısmında kullanılan ifade ile reklamın alt yazısında yer alan ifadelerin birbiriyle çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **şok Marketler Ticaret Anonim şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2024/3536**

**şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.ř.**

**şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “a101.com.tr” adresli internet sitesinde yer alan “*Homend Coffeebreak Filtre Kahve Makinesi*” adlı ürün reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, “a101.com.tr” adresli internet sitesinde “*Homend Coffeebreak Filtre Kahve Makinesi*” adlı ürünün 1.249 TL'den satışa sunulduğu, söz konusu ürünün sepetine eklenmesine izin verildiği, satın alma işlemi öncesinde “*İşleme devam etmek için giriş yapmalısın*” şeklinde bir uyarı yazısı çıktığı, üye olunduktan sonra “*Bu ürüne ait bir hata olduğu için ürün sepete eklenemedi*” şeklinde bir hata kodu gösterildiği tespit edilmiştir.



**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “a101.com.tr” adresli internet sitesinde “*Homend Coffeebreak Filtre Kahve Makinesi*” adlı ürünün 1.249 TL'den satıldığına yönelik bilgi sunulduğu, tüketicilerin ürünü sepetine eklemesine izin verilerek satın alma işlemi öncesinde sisteme üye olmaya yönlendirildiği, üyeliğin tamamlanmasının ardından tüketicilere bahse konu ürünün stokta olmadığı bilgisinin verildiği, gerek üyelikten gerekse satın alma aşamasından önce tüketicilere üye olma ve satın alma kararlarını etkileyecek nitelikteki teslimat adresine dayalı olarak stok bilgilerinin değişebileceğine ilişkin herhangi bir bilgilendirmenin ve/veya yönlendirmenin yapılmadığı, söz konusu reklamlarda ürünün fiyatının geçerliliğiyle ilgili süre veya stok sınırının belirtilmediği, dolayısıyla söz konusu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 18/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

17)

**Dosya No: 2024/4248**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*sokmarket.com.tr*” adresli internet sitesinde yayımlanan “*Homend Coffeebreak Filtre Kahve Makinesi*” adlı ürün reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, “*sokmarket.com.tr*” adresli internet sitesinde “*Homend Coffeebreak Filtre Kahve Makinesi*” adlı ürünün 1.449 TL'den satışa sunulduğu, söz konusu ürünün sepetine eklenmesine izin verildiği, satın alma işlemi öncesinde “*İşleme devam etmek için giriş yapmalısın*” şeklinde bir uyarı yazısı çıktığı, üye olunduktan sonra “*Bu ürüne ait bir hata olduğu için ürün sepete eklenemedi*” şeklinde bir hata kodu gösterildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "sokmarket.com.tr" adresli internet sitesinde "Homend Coffeebreak Filtre Kahve Makinesi" adlı ürünün 1.499 TL'den satıldığına yönelik bilgi sunulduğu, tüketicilerin ürünü sepetine eklemesine izin verilerek satın alma işlemi öncesinde sisteme üye olmaya yönlendirildiği, üyeliğin tamamlanmasının ardından tüketicilere bahse konu ürünün stokta olmadığı bilgisinin verildiği, gerek üyelikten gerekse satın alma aşamasından önce tüketicilere üye olma ve satın alma kararlarını etkileyecek nitelikteki teslimat adresine dayalı olarak stok bilgilerinin değişebileceğine ilişkin herhangi bir bilgilendirmenin ve/veya yönlendirmenin yapılmadığı, söz konusu reklamlarda ürünün fiyatının geçerliliğiyle ilgili süre veya stok sınırının belirtilmediği, dolayısıyla söz konusu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 18/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

## **DİĞER MAL VE HİZMETLER**

18)

**Dosya No: 2024/467**

**Şikayet Edilen: Aygaz Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya sitesinde "@aygaztupgaz" kullanıcı adıyla yapılan "Aygaz'dan Ramazana Özel Kampanya!" başlıklı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024**

**Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, "Aygaz'dan Ramazana Özel Kampanya! Aygaz Mobil'den vereceğiniz 12 kg'lık ev tüpü siparişlerinizde 119 TL İndirim! Hemen Aygaz Mobil indir ve fırsatı kaçıрма. Aygaz Mobil'de Ramazan'a Özel 12 kg'lık Tüpte 119 indirim" ifadelerine yer verilmesine karşın belirli il ve ilçelerle sınırlı tutulan söz konusu kampanyanın

reklamında ana vaadin istisnası niteliğindeki bu bilginin yer almadığı, ayrıca indirimden önceki fiyat ve indirimden geçerli olduğu tarihler hakkında tüketicilerin bilgilendirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram isimli sosyal medya sitesinde "@aygaztupgaz" kullanıcı adıyla yapılan reklamda, "Aygaz'dan Ramazana Özel Kampanya! Aygaz Mobil'den vereceğiniz 12 kg'lık ev tüpü siparişlerinizde 119 TL İndirim! Hemen Aygaz Mobil indir ve fırsatı kaçıрма. Aygaz Mobil'de Ramazan'a Özel 12 kg'lık Tüpte 119 indirim" "Aygaz'dan Ramazana Özel Kampanya! Aygaz Mobil'den vereceğiniz 12 kg'lık ev tüpü siparişlerinizde 119 TL İndirim! Hemen Aygaz Mobil indir ve fırsatı kaçıрма. Aygaz Mobil'de Ramazan'a Özel 12 kg'lık Tüpte 119 indirim" ifadelerine yer verilmesine karşın belirli il ve ilçelerle sınırlı tutulan söz konusu kampanyaya ilişkin reklamda ana vaadin istisnası niteliğindeki bu bilginin yer almadığı, ayrıca indirimden önceki fiyat ve indirimden geçerli olduğu tarihler hakkında tüketicilerin bilgilendirilmediği, dolayısıyla eksik bilgi taşıyan bahse konu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırı olduğu ve tüketicileri yanılttığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aygaz Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

19)

**Dosya No: 2024/510**

**Şikayet Edilen: Deha Mağazacılık Ev Tekstili Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muğla İli Fethiye İlçesinde bulunan mağazada yayımlanan "Tüm Cam ve Porselen Ürünlerde Net %70 indirim" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024**

**Yayımlandığı Mecra: Diğer (Afiş, Tabela)**

**Tespitler:** İnceleme konusu afiş reklamında, kampanya afişinin altında sergilenen ve 249,99 TL'den satışa sunulan "*Boeuf Yuzluk*" adlı üründen 1 adet satın alan tüketiciye %70 indirim uygulanarak 75,00 TL'ye satılması gerekir iken %60 indirim uygulanarak ürünün 100,00 TL'ye satıldığı, inceleme konusu afiş reklamında herhangi bir istisna belirtilmemesine karşın %70 indirim porselen olan söz konusu ürüne uygulanmadığı, tüketicinin başvuru ekinde sunmuş olduğu fatura örneği ile bu durumun ispatlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; bir tüketicinin 22.03.2024 tarihinde "*Tüm Cam ve Porselen Ürünlerde net %70 indirim*" başlıklı kampanyadan yararlanmak üzere "*Angel Homes İş Merkezi Cumhuriyet Mah. 500.Sok. No:3 Dış Kapı No:14 Fethiye/Muğla*" adresinde faaliyet gösteren mağazaya gittiği, kampanya afişinin altında sergilenen ve 249,99 TL'den satışa sunulan "*Boeuf Tuzluk*" adlı üründen 1 adet satın aldığı, söz konusu ürüne %70 indirim uygulanarak 75,00 TL'ye satılması gerekir iken %60 indirim uygulanarak ürünün 100,00 TL'ye satıldığı, inceleme konusu afiş reklamında herhangi bir istisna belirtilmemesine karşın "Net %70 indirim" in porselen olan söz konusu ürüne uygulanmadığı, dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı ve doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırı olan söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2, 18/1, 18/2, 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 **Deha Mağazacılık Ev Tekstili Ürünleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzseksen yedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

20)

**Dosya No: 2024/4498**

**Şikayet Edilen: Sephora Kozmetik Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "<https://www.sephora.com.tr/>" URL adresli internet sitesi üzerinden yapılan "*İlk alışverişe özel 150 TL indirim*" temalı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, "*İlk alışverişe özel 150 TL indirim, 500 TL ve üzeri alışverişlerde geçerlidir. Kod: APPOZEL150*" ifadelerine yer verilmesine koşullu satışın geçerli olduğu tarihler hakkında tüketicilerin bilgilendirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait [www.sephora.com.tr/](http://www.sephora.com.tr/) URL adresli internet sitesinde yapılan tanıtımda yer alan "*İlk alışverişe özel 150 TL indirim, 500 TL ve üzeri alışverişlerde geçerlidir. Kod: APPOZEL150*" ifadesine istinaden 08.03.2024 tarihinde mobil uygulama üzerinden kampanyadan yararlanmak isteyen tüketiciye vaat edilen indirim, 07.03.2024 tarihinde kampanyanın bittiği gerekçesiyle uygulanmadığı ancak söz konusu kampanya reklamının bahse konu internet sitesinde 08.03.2024 tarihinde yayınlanmaya devam ettiği, anılan tanıtımlarda indirim kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmediği, dolayısıyla tüketicilerin kampanya detayları hakkında eksiksiz bilgilendirilmediği, reklamın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, diğer taraftan reklam veren tarafından gönderilen bilgi ve belgelere göre çok sayıda tüketici şikayetinin çözüme kavuşturulduğu ve mağduriyetlerin giderildiğinin ispat edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 15/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

21)

**Dosya No: 2024/3963**

**Şikayet Edilen: Coordinat Yapı Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Firma tarafından yapılan "*Türkiye'nin İlk ve Tek Aidatsız Sitesi*" başlıklı broşür ve katalog reklamları

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 2023**

**Yayınlandığı Mecra: Broşür, Katalog**

**Tespitler:** Firmaya ait broşür ve kataloglarda, "*Türkiye'nin İlk ve Tek Aidatsız Sitesi*" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait broşür ve kataloglarda "*Türkiye'nin İlk ve Tek Aidatsız Sitesi*" başlıklı reklam ve tanıtımlara yer verilmesine rağmen site yönetimi tarafından gönderilen kısa mesajlarda, "*Sayın... .. ile ilişkili .... TL aidat borcunuz bulunmaktadır. Toplam ödemenizi Garanti Bankası ... nolu Cordinat Bornova hesabına yapabilirsiniz.....*" ifadelerine yer verilerek ev sahiplerinden aidat talep edildiği, ilgili reklam ve tanıtımlarda yer alan aidatsız duyuruların sadece projeden "*kira garantili mülk*" alanlara yönelik olduğu, bu tür satışlarda şirketten kira garantisi ile mülk satın alan müşterilere kira garantisi boyunca aidat alınmayacağına taahhüt edildiği, ancak ana vaadin istisnası niteliğindeki bu açıklamaya reklamlarda yer verilmediği, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Coordinat Yapı Ltd. Şti. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **34.701-TL (Otuzdörtbinyedizyüzbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

22)

**Dosya No: 2024/4245**

**Şikayet Edilen: Hızlı Hırdavat ve El Aletleri Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Firmaya ait www.makinedeposu.com adlı internet sitesinde yer alan "*Ücretsiz Teslimat*" başlıklı reklamlar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** 10.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, www.google.com'da yapılan arama sonucunda, "*Makine Deposu*" adlı satıcıda "*Koku Engelleyen Körüklü Lavabo Gider Borusu Körüklü Sifon.. 69 TL fiyat ve Ücretsiz Teslimat*" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.google.com adlı internet sitesinde yapılan "*Koku Engelleyen Körüklü Lavabo Gider Borusu Körüklü Sifon*" araması sonucu firmaya ait www.makinedeposu.com adlı internet sitesinde "*69 TL fiyat ve Ücretsiz Teslimat*" ile ürünün satışa sunulduğuna ilişkin reklamların yer aldığı, söz konusu reklama tıklanması sonucu yönlendirilen sitede ürün sepete eklendiğinde ise ürün fiyatına 89 TL tutarında kargo bedeli eklendiği, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-e, 9/1, 9/5, 13/5, 18/1, 28/1, 28/2, 28/3, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-d, 29/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Hızlı Hırdavat ve El Aletleri Pazarlama Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

23)

**Dosya No: 2024/2540**

**Şikayet Edilen: Offline Evo Bilgisayar İnşaat Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Firmaya ait iş yeri dışında düzenlenen sözleşmelerde yer alan "*cayma hakkı*"na ilişkin uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 01.01.2021-31.07.2023

**Yayımlandığı Mecra:** Ticari Uygulama (Sözleşme/Arama)

**Tespitler:** Bakanlık Rehberlik ve Teftiş Başkanlığı müfettişlerince yapılan denetim sonucu hazırlanan raporda, firma hakkında çeşitli mecralarda yer alan tüketici şikayetlerinde, tüketicilere cayma hakkını telefonla kullanabilecekleri hususunda yanlış bilgilendirme yapılarak, tüketicilerin cayma hakkını kullanmasının engellendiği, bu kapsamda cayma hakkını kullanmak amacıyla firmaya telefonla ulaşan tüketicilere cayma taleplerinin alındığı bilgisinin verildiği ancak cayma hakkı kullanım süresinin bitmesiyle birlikte söz konusu hakkın yalnızca yazılı olarak kullanılabilceğinin ifade edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Bakanlık Makamının 14.09.2022 tarihli ve 78154577 sayılı Onayları uyarınca, firma nezdinde Bakanlık müfettişi tarafından

gerçekleştirilen denetim sonucunda düzenlenen 26.12.2023 tarihli ve 336-C/05 sayılı İnceleme Raporunda tespiti gerçekleştirilen ve firma hakkında çeşitli mecralarda yer alan tüketici şikayetlerinde, tüketicilere cayma hakkını telefonla kullanabilecekleri hususunda yanlış bilgilendirme yapılarak, tüketicilerin cayma hakkını kullanmasının engellendiği hususlarına yer verildiği, bu kapsamda cayma hakkını kullanmak amacıyla firmaya telefonla ulaşan tüketicilere cayma taleplerinin alındığı bilgisinin verildiği, ancak cayma hakkı kullanım süresinin bitmesiyle birlikte söz konusu hakkın yalnızca yazılı olarak kullanılabilmesinin ifade edildiği, firma tarafından 01.01.2021-31.07.2023 tarihleri arasında 1.257 adet tüketiciye iş yeri dışında satış yapılmasına karşın bu satışlara ilişkin tüketiciler tarafından firma hakkında çeşitli illeri kapsayacak şekilde Tüketici Hakem Heyetleri'ne 298 adet başvuru yapıldığı, yaklaşık her 4 şikayetten birinin firmanın tüketicilerin cayma hakkını kullanmasını engellediğine ilişkin olduğu, ayrıca firma tarafından Bakanlıkça 07.04.2024 tarihinde e-tebligat yöntemi ile tebliğ edilmiş olan bilgi, belge ve görüş isteme yazısına cevap verilmediği, bu nedenle söz konusu iddialar ile tüketicilere "*cayma hakkı*"na ilişkin eksik ve hatalı bilgi verilmediğini ispatlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belge sunulmadığının görüldüğü, dolayısıyla "*cayma hakkı*"na ilişkin söz konusu uygulamaların ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldatıcı nitelik arz ettiği, diğer taraftan, firma tarafından tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açacak şekilde haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-ç, 30/1, 30/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Offline Evo Bilgisayar İnşaat Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **347.148-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzkırksekiz Türk Lirası) idari para ve anılan uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

24)

**Dosya No: 2024/2776**

**Şikayet Edilen: Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.obilet.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada yer alan "*Araç Kiralama Hizmetleri*"ne yönelik tanıtımlar



**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.obilet.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada "*Araç Kiralama*" hizmetlerine yer verildiği, "*Nissa*" firmasına ait günlük araç kiralama fiyatının "*1.320 TL*" 5 günlük araç kiralama fiyatının ise "*7.000 TL*" olarak sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler kapsamında www.obilet.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada "*Araç Kiralama*" hizmetlerine ilişkin olarak ücret kalemleri ile ek hizmete ilişkin bilgilendirmede bulunulduğu ve şikayet konusu hususta reklam mevzuatı hükümlerine aykırı ve yanıltıcı bir unsura rastlanmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple, şikayete konu tanıtım ve uygulamaların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve uygulamaların; 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.

25)

**Dosya No:** 2024/3067

**Şikayet Edilen:** **Bikamping Kamp ve Spor Malzemeleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Topkapı Danışmanlık Elektronik Hizmetler Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'ye ait www.pazarama.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada yer alan ve firma tarafından "*2.929 TL*" ile satışa sunulan "*Stanley Klasik Vakumlu Paslanmaz Çelik Termos 2.3 LT*" isimli ürüne ilişkin tanıtım ve uygulamalar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** 22.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Topkapı Danışmanlık Elektronik Hizmetler Pazarlama ve Ticaret A.Ş.'ye ait www.pazarama.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada yer alan ve firma tarafından "*2.929 TL*" ile satışa sunulan "*Stanley Klasik Vakumlu Paslanmaz Çelik Termos 2.3 LT*" isimli ürünün, başvuru tüketicisi tarafından "*Sepette İndirim Fiyatı*" olarak gösterilen "*2.343,20 TL*"den 20.04.2024 tarihinde satın alındığı, söz konusu siparişin 22.04.2024 tarihinde "*Tedarik Edilememe*" gerekçesiyle iptal tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.pazarama.com adresli internet sitesinde satışa sunulan "*Stanley Klasik Vakumlu Paslanmaz Çelik Termos 2.3LT*" isimli ürünün başvuru tüketicisi tarafından 20.04.2024 tarihinde "*Sepette İndirim*"

*Fiyatı*" olarak gösterilen "2.343,20 TL"den satın alınmasına rağmen söz konusu siparişin 22.04.2024 tarihinde "*Tedarik Edilememe*" gerekçesiyle iptal edildiği, ancak tedarik edilememe gerekçesiyle iptal edilen aynı üründe fiyat artışı yapılarak yine "*Sepette İndirim Fiyatı*" ile "2.636,10 TL"den satışına devam edildiği, ayrıca internet sitesinde ürünlerin stok bilgisine ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtım ve uygulamaların gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin mağdur edildiği ve ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldattıcı nitelik arz ettiği, diğer taraftan, firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya tedarik edilemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyardırmaksızın ürünleri satışa sunarak ve edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve uygulamaların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2, 13/5, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-c, ve 32/1 inci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A-Aldattıcı Ticari Uygulamalar 5 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Bikamping Kamp ve Spor Malzemeleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

26)

**Dosya No: 2024/3690**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "*Ankara Antares Avm Şubesi*"nde yer alan "*3 Al 2 Öde (Tüm Kitaplarda)*" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Firmaya ait "*Ankara Antares Avm Şubesi*"nde "*3 Al 2 Öde (Tüm Kitaplarda)*" başlıklı kampanya tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "*Ankara Antares Avm Şubesi*"nde yer alan "*3 Al 2 Öde (Tüm Kitaplarda)*" başlıklı kampanya tanıtımları üzerine,

başvurucu tüketici tarafından 12.05.2024 tarihinde kampanya kapsamında mağazadan 3 adet kitap satın alınmasına rağmen söz konusu kampanyanın uygulanmadığı, "3 Al 2 Öde (Tüm Kitaplarda)" kampanyası yerine başka bir indirim kampanyası uygulandığı, konuya ilişkin firma tarafından kampanyanın 02.05.2024-02.06.2024 tarihleri arasında yapılmasının planlandığı, ancak kampanya döneminde çakışma olduğu için söz konusu kampanyanın pasife alındığı, sistemsel bir hata nedeniyle şubedeki kampanyanın pasife alınmadığı ifade edilerek söz konusu iddiaların doğrulandığı, bu nedenle tüketicilerin mağdur edildiği, bu nedenle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, ve ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldatıcı nitelik arz 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, 13/9, 18/1, 18/2, 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 **Ebebek Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 üncü maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzsekseneyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

27)

**Dosya No: 2024/3694**

**Şikayet Edilen: Doğu Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan "Aynı Gün Teslimat" başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan "587623246-Xiaomi Redmi 12 8 GB 128 GB (Xiaomi Türkiye Garantili)" isimli ürünün "Ücretsiz Kargo" ve "49,90 TL" ücretli "Aynı Gün Teslimat" seçeneği ile satışa sunulduğu, ürün bilgilendirme kısmında "Aynı Gün Teslimat" hizmetine ilişkin "12:00-23.59 arası verilen siparişler Ertesi gün 23.00'a kadar teslim edilir." ifadelerine yer verildiği, mesafeli satış sözleşmesinde "sipariş tarihinden itibaren en geç 30 gün içinde teslim edilecektir." ifadelerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler kapsamında 15.04.2024 21:35'te (16.04.2024 23:00'a kadar) teslim seçeneği ile oluşturulan siparişin 16.04.2024 tarihinde teslim edilmek üzere dağıtımına çıkarılarak 21:07' de adrese ulaştırıldığı, ancak belirtilen adresin iş yeri olması nedeniyle kapalı olduğu ve şikayet konusu hususta reklam mevzuatı hükümlerine aykırı ve yanıltıcı bir unsura rastlanmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple, şikayete konu tanıtım ve uygulamaların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve uygulamaların; 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.

28)

**Dosya No: 2024/4318**

**Şikayet Edilen: Yusuf FİGAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde yapılan "Happy Valley 25 Atar Havaifişek" isimli ürün başta olmak üzere "piroteknik" yani patlayıcı/parlayıcı madde reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.01.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.trendyol.com adresli internet sitesinin 22.05.2024 tarihli görünümünde, Figanlar Ambalaj isimli satıcı tarafından "Happy Valley 25 Atar Havaifişek" isimli "piroteknik" ürünün tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com adresli internet sitesi ve muhtelif internet platformlarının 05.01.2024 tarihli görünümünde, "Happy Valley 25 Atar Havaifişek" isimli ürün başta olmak üzere "piroteknik" yani patlayıcı/parlayıcı maddelerin tanıtımlarının yapıldığı, aynı tanıtımlara 22.05.2024 tarihinde de yer verildiği, anılan internet sitesinde ilgili ürünlere yönelik sepete ekle seçeneğinin bulunduğu, dolayısıyla kargoyla taşınması yasak olmasına rağmen "piroteknik" maddelerin internet üzerinden mesafeli satış yöntemiyle satılarak kargolandığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda güvenlik kurallarının gözetilmediği ve güvenlik açısından tehlike oluşturabilecek uygulama ve durumlarla ilgili durum içerdiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ı, 7/1, 7/2, 7/3, 24/1, 24/1-a, 24/1-f ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

29)

**Dosya No: 2024/3422**

**Şikayet Edilen: Arife Şeyma GENÇKAPTAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "https://suryaniorcun.com" adresli internet sitesinde yer alan medyum, büyü ve fal tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.05.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "https://suryaniorcun.com" adresli internet sitesinin 13.05.2024 tarihli görünümünde, "*Süryani Orçun Bey Güvenilir Hizmet Whatsapp veya Telefon Üzerinden İletişime Geçebilirsiniz. Bu sitede, Orçun Bey tarafından aktif olarak aşk büyü, bağlama büyü, kilit büyü, soğutma büyü, gideni geri getirme çalışmaları, her türlü kara büyüler gibi birçok manevi ilim işlemi gerçekleştirilmektedir. Orçun Bey, kendisinden uzaktaki insanlara da yardımcı olmayı hedeflemekte ve tüm sorularınızı rahatlıkla sorabileceğiniz bir ortam sunmaktadır. Bağlama Büyüsü Bağlama büyüleri, ilişkilerde veya evliliklerde var olan ayrılık tehlikesini azaltmak ya da ilişkiyi daha da güçlendirmek için yapılan çalışmaların yanı sıra, dil ve basiret bağlama gibi niyetlerle de gerçekleştirilebilir*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "https://suryaniorcun.com" adresli internet sitesi üzerinden medyum/fal tanıtımlarında bulunduğu, bu kapsamda tüketicilerin korkularını ve batıl inançlarını istismar eden söz konusu tanıtımların Reklam Mevzuatında yer verilen "*Falci, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz.*" hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-g, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/5, 27/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

30)

**Dosya No: 2024/4232**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.trendyol.com/s/kampanyalar> adresli internet sitesinde yer alan "*Peşin Fiyatına 3 veya 6 Taksit*" kampanyasına yönelik yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2023, 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, "*7 Kasım 2023-31 Ocak 2024 tarihleri arasında Trendyol'da 500 TL ve üzeri işlemlerde peşin fiyatına 3 Taksit, 6000 TL ve üzeri işlemlerde peşin fiyatına 6 taksit imkanı sunulacaktır.*" şeklinde ifadeler kullanılarak reklam ve tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; çeşitli bankalar tarafından düzenlenen ve koşulları belirlenen "*Peşin Fiyatına 3 veya 6 Taksit*" kampanyalarına, <https://www.trendyol.com/s/kampanyalar> adresli internet sitesinde yer verilmesi nedeniyle DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret Anonim Şirketinin inceleme konusu reklamlar bakımından mecra kuruluşu sıfatına sahip olduğu,

<https://www.trendyol.com/s/kampanyalar> adresli internet sitesinde yer alan "*Peşin Fiyatına 3 veya 6 Taksit*" kampanyasına ilişkin bilgilendirme/kampanya koşullarının yer aldığı açıklama kısmında, sipariş kapsamında yer alan tüm ürünlerin ilgili mevzuat düzenlemeleri uyarınca taksitlendirmeye elverişli olması gerektiği, dolayısıyla siparişin içeriğinde yer alan ürünlerin en az bir tanesinin taksitlendirmeye elverişli olmaması durumunda ilgili siparişin tümünün taksitlendirilemeyeceğine ilişkin bir uyarının bulunmadığı dolayısıyla böyle bir bilgilendirmeye yer verilmemesi nedeniyle ilgili tanıtımların tüketiciler açısından sepete eklenen tüm ürünler açısından kampanyanın geçerli olacağı yönünde izlenim uyandırabileceği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2 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 Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

31)

**Dosya No: 2024/2659**

**Şikayet Edilen: Microsoft Ireland Operations Limited**

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Bing*" isimli arama motorunda, arama yapılan konu ile ilgili sonuçların sunulduğu ekranda ilk sıralarda yer verilen ve "reklam" olarak sunulan sonuçları organik arama sonuçlarından farklılaştırmayı sağlayan "*Reklam*" ibaresi veya rozetine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2023, 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, "*Bing*" isimli arama motorunda, arama yapılan konu ile ilgili sonuçların sunulduğu ekranda ilk sıralarda yer verilen ve "reklam" olarak sunulan sonuçları organik arama sonuçlarından farklılaştırmayı sağlayan "*Reklam*" ibaresi veya rozetine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "*reklam*" olarak sunulan sonuçları organik arama sonuçlarından farklılaştırmayı sağlayan "*reklam*" ibaresi veya rozetinin belirgin hale getirildiği ve Reklam Kurulunun 12.09.2023 tarihli ve 337 sayılı toplantısında tespit edilen aykırılıkların giderildiği 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.

32)

**Dosya No: 2024/4231**

**Şikayet Edilen: Femaş Metal Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.youtube.com/watch?v=Rr69VVKoOs1Q> adresli internet sitesinde "Ferre Fryart-Steam" isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, "Ferre Fryart-Steam" isimli ürünün <https://www.youtube.com/watch?v=Rr69VVKoOs1Q> adresli internet sitesinde "*Vitamini korunmuş nefis yemekler için.*" şeklinde ifadeler kullanılarak reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.youtube.com/watch?v=Rr69VVKoOs1Q> adresli internet sitesinde, "*Ferre Fryart-Steam*" isimli ürünün, "*Vitamini korunmuş nefis yemekler için.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, 23.05.2024 tarihinde Bakanlık kayıtlarına giren savunma yazısında sunulan Tarım ve Orman Bakanlığı A&T Gıda Kontrol Laboratuvarından alınan 19.04.2024 tarihli "*Muayene ve Analiz Raporu*" incelendiğinde bazı vitamin çeşitlerinin analiz sonucunda "*tespit edilemedi*" olarak belirtildiği, pişirme işlemi sonrasında hangi vitaminlerin korunduğuna ilişkin istisna belirtmeksizin inceleme konusu reklamlarda, "*Vitamini korunmuş nefis yemekler için.*" ifadesinin kullanılmasının tüketiciler nezdinde tüm vitamin türlerinin pişirme işlemi sonrasında korunduğu izlenimi uyandırabileceği bu nedenle tüketicileri doğru ve eksiksiz bilgilendirmek amacıyla reklam ve tanıtımlarda pişirme işlemi sonrasında korunan vitaminlerin türlerine tüketiciler tarafından kolaylıkla görülebilecek şekilde açıkça yer verilmesi gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8-a, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

33)

**Dosya No: 2024/4230**

**Şikayet Edilen: Türk Philips Ticaret Anonim Şirketi**



**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer XXL 7000 Serisi HD9875/90, HD9880/90" isimli ürünlere yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer XXL 7000 Serisi HD9875/90, HD9880/90" isimli ürünlerin, "*Yenilikçi tasarımı sayesinde Airfryer'in iç kısmı piyasadaki diğer Airfryer'lardan çok daha kolay bir şekilde temizlenebilir ve tüm parçalar bulaşık makinesinde yıkanabilir.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer XXL 7000 Serisi HD9875/90, HD9880/90" isimli ürünlerin, "*Yenilikçi tasarımı sayesinde Airfryer'in iç kısmı piyasadaki diğer Airfryer'lardan çok daha kolay bir şekilde temizlenebilir ve tüm parçalar bulaşık makinesinde yıkanabilir.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, reklamda yer alan "...piyasadaki diğer Airfryer'lardan çok daha kolay bir şekilde temizlenebilir." ifadeleri göz önüne alındığında inceleme konusu reklam ve tanıtımların hukuki niteliği itibariyle karşılaştırmalı reklam olduğu,

İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan, "...piyasadaki diğer Airfryer'lardan çok daha kolay bir şekilde temizlenebilir." ifadelerinin "Airfryer" ürün grubunda yer alan rakiplerin bütününe yönelik olarak kullandığı, reklamda yer alan ifadelerin doğru olarak kabul edilebilmesi için "Airfryer" ürün grubunda yer alan tüm rakip ürünlerin dahil olduğu araştırma sonuçlarının dayanak olarak gösterilmesi gerektiği, aksi takdirde yapılacak karşılaştırmalarda ölçüt olarak alınan rakip ürünün kalitesine göre elde edilecek araştırma sonuçlarının önemli ölçüde değişiklik gösterebileceği, böyle bir durumda reklam metninde yer alan karşılaştırmalı ifadelerin objektifliğinden söz etmenin mümkün olmadığı,

Diğer taraftan, reklamda yer alan ifadelerin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat Külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca her hâlükârda üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler ile kanıtlanmak zorunda olduğu, ancak şirket tarafından Bakanlığa sunulan ve Bakanlık kayıtlarına 15.04.2024 tarihinde giren savunma yazısında yer alan araştırma raporu incelendiğinde hangi rakip ürünlerin araştırmaya konu edildiğinin belirli olmadığı görüldüğü, raporun "Airfryer" ürün grubundaki rakip ürünlerin tümünün dahil olduğu bir araştırma sonucuna dayanmadığı 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, 7/8-a, 7/8-b, 7/8-ç, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

34)

**Dosya No: 2024/4229**

**Şikayet Edilen: Türk Philips Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer HD9875/90, HD9867/90, HD9243/90, HD9270/66 HD9255/60, HD9870/20 HD9252/90, HD9650/90, HD9880/90, HD9252/90" isimli ürünlere yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer HD9875/90, HD9867/90, HD9243/90, HD9270/66 HD9255/60, HD9870/20 HD9252/90, HD9650/90, HD9880/90, HD9252/90" isimli ürünlerin, "%70'e kadar daha az enerji ve %50'ye kadar daha fazla hızla lezzetli" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer HD9875/90, HD9867/90, HD9243/90, HD9270/66 HD9255/60, HD9870/20 HD9252/90, HD9650/90, HD9880/90, HD9252/90" isimli ürünlerin, "Philips Airfryer geleneksel bir fırına göre "%70'e kadar daha az enerji ve %50'ye kadar daha fazla hızla lezzetli" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, reklamda yer alan "%70'e kadar daha az enerji ve %50'ye kadar daha fazla hızla lezzetli" ifadeleri göz önüne alındığında inceleme konusu reklam ve tanıtımların hukuki niteliği itibariyle karşılaştırmalı reklam olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfta "*\*A sınıfı fırın kullanımına kıyasla tavuk göğsü (AF ayarı, 160 ön ısıtma yok) veya somun fileto (AF ayarı 200 C, ön ısıtma yok) pişirmenin enerji maliyeti. HD9280, HD9650, HD9860, HD9270, HD9285, HD9252, HD9200, HD9255, HD9880 numaralı ürünlerde yapılan şirket içi laboratuvar ölçümüne dayalı ortalama yüzde. Sonuçlar ürüne göre değişebilir.*" ifadelerine yer verildiğinin görüldüğü, bu ifadelere reklam metninde yer verilmeyip asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfta reklamın ana metninden çok daha aşağıda yer alan başka bir bölümde yer verilmesinin tüketiciler tarafından bu ifadelerin ilk bakışta fark edilmesini zorlaştırdığı, bu nedenle "%70'e kadar daha az enerji ve %50'ye kadar daha fazla hızla lezzetli" ifadelerine yer

verilmesinin reklamı yapılan ürünlerin tüm geleneksel fırınlara kıyasla %70'e kadar daha az enerji tükettiği ve %50'ye kadar daha fazla hızlıymış izlenimi uyandırabileceği,

Ayrıca karşılaştırmada ölçüt olarak alınacak geleneksel fırının kalitesine ve sahip olduğu özelliklere göre reklamda yer alan oranların değişebileceği bu nedenle reklam metninde yer alan karşılaştırmalı ifadelerin objektifliğinden söz etmenin mümkün olmadığı,

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin "İspat Külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca karşılaştırmalı reklamlarda yer alan ve karşılaştırmaya konu edilen iddiaların her hâlükârda üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler ile kanıtlanması gerektiği ancak asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfta yer alan metninde "...*şirket içi laboratuvar ölçümüne dayalı...*" ifadelerine yer verildiğinin görüldüğü, bu nedenle şirket tarafından Bakanlığa sunulan ve Bakanlık kayıtlarına 15.04.2024 tarihinde giren savunma yazısında yer alan araştırma raporunun mevzuatın gerektirdiği şartları taşıyan bir araştırma raporu niteliğinde olmaması nedeniyle reklam ve tanıtımlarda yer alan iddiaların 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-b, 7/8-b, 7/8-ç, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-ı, 9/1, 9/3, 9/5, 18/1, 18/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

35)

**Dosya No: 2024/4228**

**Şikayet Edilen: Türk Philips Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer HD9867/90, HD9650/90, HD9243/90, HD9270/66, HD9870/20 HD9252/90, HD9285/96, HD9257/80, HD9875/90, HD9880/90" isimli ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer HD9867/90, HD9650/90, HD9243/90, HD9270/66, HD9870/20 HD9252/90, HD9285/96, HD9257/80, HD9875/90, HD9880/90" isimli ürünlerin, "%90'a varan oranda daha az yağ içeren dışı çıtır çıtır, içi yumuşacık daha sağlıklı kızartmaların keyfini çıkarın" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer HD9867/90, HD9650/90, HD9243/90, HD9270/66, HD9870/20 HD9252/90, HD9285/96, HD9257/80, HD9875/90, HD9880/90" isimli ürünlerin, "%90'a varan oranda daha az yağ içeren dışı çıtır çıtır, içi yumuşacık daha sağlıklı kızartmaların keyfini çıkarın", "Airfryer 7000 XXL'nin benzersiz hava akışı seçenekleri sunan Rapid CombiAir Teknolojisi ile yiyeceklerinizi %99'a kadar daha az yağ ile hazırlayın." şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfta "Klasik Philips fritözde hazırlanan taze kızartmalarla karşılaştırılmıştır." ifadelerine yer verildiğinin görüldüğü,

Diğer taraftan, "Klasik Philips fritözde hazırlanan taze kızartmalarla karşılaştırılmıştır." ifadesine reklam metninde yer verilmeyip asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfla reklam metninden oldukça aşağıda yer alan başka bir bölümde yer verilmesinin tüketiciler tarafından bu ifadelerin ilk bakışta fark edilmesini zorlaştırdığı, bu durumun reklamda yer alan "...%90'a varan oranda daha az yağ içeren...", "...yiyeceklerinizi %99'a kadar daha az yağ ile hazırlayın..." ifadeleri ile yapılan karşılaştırmaların hangi hususlar ölçüt alınarak yapıldığı konusunda tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açabileceği ve ilgili karşılaştırmanın rakip ürünlere yönelik olduğu izlenimi oluşturabileceği, bu nedenle "Klasik Philips fritözde hazırlanan taze kızartmalarla karşılaştırılmıştır." ifadesine tüketiciler tarafından güçlkle fark edilebilecek bir bölümden ziyade tüketicilerin kolaylıkla görebileceği bir alanda yer verilmesi gerektiği 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, 7/8-b, 9/1, 9/5, 18/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

36)

**Dosya No: 2024/4227**

**Şikayet Edilen: Türk Philips Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer HD9867/90, HD9650/90, HD9870/20" isimli ürünlere yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer HD9867/90, HD9650/90, HD9870/20" isimli ürünlerin, "*Philips XXL Airfryer, fazla yağı ayırarak hapseden Fat Removal teknolojisine sahiptir. %50'ye varan daha az doymuş yağ ile dışı çıtır, içi yumuşacık kızarmış bütün tavuğun tadını çıkarın.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer HD9867/90, HD9650/90, HD9870/20" isimli ürünlerin, "*Philips XXL Airfryer, fazla yağı ayırarak hapseden Fat Removal teknolojisine sahiptir. %50'ye varan daha az doymuş yağ ile dışı çıtır, içi yumuşacık kızarmış bütün tavuğun tadını çıkarın.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfta "*Klasik Philips fritözde hazırlanan taze kızartmalarla karşılaştırılmıştır.*" ifadelerine yer verildiğinin görüldüğü,

Diğer taraftan, "*Klasik Philips fritözde hazırlanan taze kızartmalarla karşılaştırılmıştır.*" ifadesine reklam metninde yer verilmeyip asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfla reklam metninden oldukça aşağıda yer alan başka bir bölümde yer verilmesinin tüketiciler tarafından bu ifadelerin ilk bakışta fark edilmesini zorlaştırdığı, bu durumun reklamda yer alan *%50'ye varan daha az doymuş yağ ile dışı çıtır, içi yumuşacık kızarmış bütün tavuğun tadını çıkarın.*" ifadeleri ile yapılan karşılaştırmaların hangi hususlar ölçüt alınarak yapıldığı konusunda tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açabileceği ve ilgili karşılaştırmaların rakip ürünlere yönelik olduğu izlenimi oluşturabileceği, bu nedenle "*Klasik Philips fritözde hazırlanan taze kızartmalarla karşılaştırılmıştır.*" ifadesine tüketiciler tarafından güçlükle fark edilebilecek bir bölümden ziyade tüketicilerin kolaylıkla görebileceği bir alanda yer verilmesi gerektiği 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, 7/8-b, 9/1, 9/5, 18/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

37)

**Dosya No: 2024/4226**

**Şikayet Edilen: Türk Philips Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer XXL 5000 Serisi HD9285/96" isimli ürüne yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer XXL 5000 Serisi HD9285/96" isimli ürünün, "*Philips Airfryer, geleneksel bir fırına göre %60 daha az enerji ve %40 daha fazla hızla yemekler pişirerek size zaman ve enerji tasarrufu sağlar.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, "Airfryer XXL 5000 Serisi HD9285/96" isimli ürünün, "*Philips Airfryer, geleneksel bir fırına göre %60 daha az enerji ve %40 daha fazla hızla yemekler pişirerek size zaman ve enerji tasarrufu sağlar.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, reklamda yer alan "*...geleneksel bir fırına göre %60 daha az enerji ve %40 daha fazla hızla yemekler...*" ifadeleri göz önüne alındığında inceleme konusu reklam ve tanıtımların hukuki niteliği itibariyle karşılaştırmalı reklam olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfta, "*\*A sınıfı fırın kullanımına kıyasla tavuk göğsü (AF ayarı, 160 ön ısıtma yok) veya somun fileto (AF ayarı 200 C, ön ısıtma yok) pişirmenin enerji maliyeti. HD9280, HD9650, HD9860, HD9270, HD9285, HD9252, HD9200, HD9255, HD9880 numaralı ürünlerde yapılan şirket içi laboratuvar ölçümüne dayalı ortalama yüzde. Sonuçlar ürüne göre değişebilir.*" ifadelerine yer verildiğinin görüldüğü, bu ifadelere reklam metninde yer verilmeyip asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfla reklamın ana metninden çok daha aşağıda yer alan başka bir bölümde yer verilmesinin tüketiciler tarafından bu ifadelerin ilk bakışta fark edilmesini zorlaştırdığı, bu nedenle "*...geleneksel bir fırına göre %60 daha az enerji ve %40 daha fazla hızla yemekler...*" ifadelerine yer verilmesinin reklamı yapılan ürünlerin tüm geleneksel fırınlara kıyasla %60 daha az enerji tükettiği ve %40 daha fazla hızlı yemek pişiriyormuş izlenimi uyandırabileceği,

Ayrıca, karşılaştırmada ölçüt olarak alınacak geleneksel fırının kalitesine ve sahip olduğu özelliklere göre reklamda yer alan oranların değişebileceği, bu nedenle reklam metninde yer alan karşılaştırmalı ifadelerin objektifliğinden söz etmenin mümkün olmadığı,

Diğer taraftan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat Külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca karşılaştırmalı reklamlarda yer alan ve karşılaştırmaya konu edilen iddiaların her hâlükârda üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler ile kanıtlanması gerektiği, ancak şirket tarafından Bakanlığa sunulan ve Bakanlık kayıtlarına 15.04.2024 tarihinde giren savunma yazısında yer alan araştırma raporunun mevzuatın gerektirdiği şartları taşıyan bir araştırma raporu niteliğinde olmaması nedeniyle reklam ve tanıtımlarda yer alan iddiaların 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-b, 7/8-b, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-i, 9/1, 9/3, 9/5, 18/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

38)

**Dosya No: 2024/4225**

**Şikayet Edilen: Türk Philips Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer XXL HD9867/90, HD9650/90, HD9870/20" isimli ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde, <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer XXL HD9867/90, HD9650/90, HD9870/20" isimli ürünlerin, "*Philips Rapid Air, 7 kat daha hızlı hava sağlayarak daha çıtır sonuçlar\* ile enfes lezzetlerin tadını çıkarmanızı sağlar.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.philips.com.tr/> internet sitesinde "Airfryer XXL HD9867/90, HD9650/90, HD9870/20" isimli ürünlerin, "*Philips Rapid Air, 7 kat daha hızlı hava sağlayarak daha çıtır sonuçlar\* ile enfes lezzetlerin tadını çıkarmanızı sağlar.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı, reklamda yer alan "...7 kat daha hızlı hava sağlayarak daha çıtır sonuçlar..." ifadeleri göz önüne alındığında inceleme konusu reklam ve tanıtımların hukuki niteliği itibarıyla karşılaştırmalı reklam olduğu,

Diğer taraftan, "*Philips Rapid Air teknolojisi, düz tabanlı Philips Viva Airfryer'daki hava akış hızına kıyasla sepetteki akış hızını 7 kat artırır.*" ifadesine reklam metninde yer verilmeyip asteriks/yıldız imi ile yapılan atıfla reklam metninden oldukça aşağıda yer alan başka bir bölümde yer verilmesinin tüketiciler tarafından bu ifadelerin ilk bakışta fark edilmesini zorlaştırdığı, bu durumun reklamda yer alan, "*Philips Rapid Air teknolojisi, düz tabanlı Philips Viva Airfryer'daki hava akış hızına kıyasla sepetteki akış hızını 7 kat artırır.*" ifadeleri ile yapılan karşılaştırmaların hangi hususlar ölçüt alınarak yapıldığı konusunda tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açabileceği ve ilgili karşılaştırmaların rakip ürünlere yönelik olduğu izlenimi oluşturabileceği, bu nedenle ilgili ifadelere tüketiciler tarafından güçlükle fark edilebilecek bir bölümden ziyade tüketicilerin kolaylıkla görebileceği bir alanda yer verilmesi gerektiği 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, 7/8-b, 9/1, 9/5, 18/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2024/4168**

**Şikayet Edilen: Sevilay Seyfettin GÜR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait [www.yildiznamehocasi.com](http://www.yildiznamehocasi.com) adresli internet sitesinde yer alan medyum tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.01.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet



**Tespitler:** "https://www.yildiznamehocasi.com" adresli internet sitesinin 17.01.2024 tarihli görünümünde, "*Havva Hoca Hakkımızda Bağlama Vefki, Yıldızname Bakimi, Yıldızlama, kişinin karakteristik isim, doğum tarihi ve karakteristik özelliklerinden yola çıkarak hayat yolculuğu hakkında yorum yöntemidir. Detaylı Bakim Sizin bilgilerinizi alarak detaylı bir yıldızlama bakimi gerçekleştiriyoruz.*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "https://www.yildiznamehocasi.com" adresli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen medyum ve büyü tanıtımlarının ticari reklam ve haksız ticari uygulamalar mevzuatında yer verilen "Falcı, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz." hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 27/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

40)

**Dosya No: 2024/3639**

**Şikayet Edilen: 360 Teknoloji Yatırımları Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.360avm.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan "*Lenovo Legion Go*" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.360avm.com.tr/lenovo-legion-go-amd-ryzen-z1-extreme-3.3-ghz5.1-ghz-8.8-wqxga-ips-ekran-16gb-ram-512gb-ssd-win-11 adresli internet sitesinin 13.05.2024 tarihli görünümünde, "*Lenovo Legion Go AMD Ryzen Z1 Extreme 3.3 GHz/5.1 GHz 8.8 WQXGA IPS Ekran 16GB RAM 512GB SSD Win 11. Tahmini teslim süresi: 2 gün. Kurumsal fatura, 2 yıl garanti. ~~50.598,85 TL.~~ 36.990,00 TL. %27*" şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.360avm.com.tr/lenovo-legion-go-amd-ryzen-z1-extreme-3.3-ghz5.1-ghz-8.8-wqxa-ips-ekran-16gb-ram-512gb-ssd-win-11> adresli internet sitesinin 13.05.2024 tarihli görünümünde yer alan "*Lenovo Legion Go AMD Ryzen Z1 Extreme 3.3 GHz/5.1 GHz 8.8 WQXGA IPS Ekran 16GB RAM 512GB SSD Win 11*" isimli ürün fiyatının 50.598,85 TL'den üzeri çizilerek 36.990,00 TL fiyat ile satışa sunulduğu, ancak firma tarafından üzeri çizilen diğer bir ifadeyle indirim öncesi fiyat olarak belirlenen 50.598,85 TL'nin son otuz gün içerisindeki en düşük fiyat olduğu hususunun ispatlanamadığı, dolayısıyla bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 14 üncü maddesinde yer verilen "*Bir mal veya hizmetin indirimden önceki satış fiyatının tespitinde indirimin uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat esas alınır.*" hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **360 Teknoloji Yatırımları Sanayi Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

41)

**Dosya No: 2024/3299**

**Şikayet Edilen: Taşpınar Mağazacılık Dayanıklı Tüketim Malları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ankara İli Sincan İlçesinde bulunan Taşpınar Mağazası tarafından "*2 Al 1 Öde*" kampanyası kapsamında gerçekleştirilen "*Bed Line Nevresim Takımı*" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.02.2024-15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Afiş)

**Tespitler:** Ankara Sincan Taşpınar mağazasında yer alan afişte "*Muhteşem Fiyat, Muhteşem Ürün. Bed Line Nevresim Takımı. 2 Al 1 Öde.*" şeklindeki ifadelerle fiyat etiketindeki "*Taşpınar Bed Line Reinforce Nevresim Takımı Biyeli Çift Kişilik Meltem Nakit: 1.999-TL İndirimli: 1.665 TL: 2.199-TL İndirimli: 1.832 TL Fiyat Değ. Tarihi: 31.01.2024*" şeklindeki ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Ankara İli Sincan İlçesi Taşpınar m-Mağazası tarafından şikayete konu “2 Al 1 Öde” kampanyası kapsamında gerçekleştirilen tanıtımlara ilişkin firma tarafından sunulan bilgi, belge ve faturalar neticesinde söz konusu tanıtımlarda herhangi bir yanıltıcılık bulunmadığı tespit edilmiş olup, tüketici şikayetinde yer alan iddiaların gerçeği yansıtmadığı firma tarafından ispatlanmıştır. 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.

42)

**Dosya No: 2024/3908**

**Şikayet Edilen: Pegem Akademi Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Hizmetleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "2024 DGS Matematik Sayısal Mantık Tamamı Çözümlü Soru Bankası" adlı ürüne ilişkin kitap kapağında ve <https://pegem.net> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** "2024 DGS Matematik Sayısal Mantık Tamamı Çözümlü Soru Bankası" isimli kitap kapağında, "DGS Matematik Sayısal Mantık Tamamı Çözümlü Soru Bankası" şeklindeki ifadelerle, <https://pegem.net/urun/2024-DGS-Matematik-Sayisal-Mantik-Tamami-Cozumlu-Soru-Bankasi/2701> adresli internet sitesinin 30.05.2024 tarihli görünümünde yer alan "2024 DGS Matematik Sayısal Mantık Tamamı Çözümlü Soru Bankası" şeklindeki ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Pegem Akademi Yayıncılık tarafından "2024 DGS Matematik Sayısal Mantık Tamamı Çözümlü Soru Bankası" isimli ürün tanıtımlarına ilişkin firma tarafından sunulan bilgi, belge ve faturalar neticesinde söz konusu tanıtımlarda herhangi bir yanıltıcılık bulunmadığı tespit edilmiş olup, tüketici şikayetinde yer alan iddiaların gerçeği yansıtmadığı firma tarafından ispatlanmıştır. 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.

43)

**Dosya No: 2024/2159**

**Şikayet Edilen: Mert KIRBAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait <https://medyumokan.com/>, <https://medyumokanhoca.com/>, [https://www.youtube.com/channel/UCpgxZlYlZhwy4PFGDxC5\\_Vw](https://www.youtube.com/channel/UCpgxZlYlZhwy4PFGDxC5_Vw), <https://www.youtube.com/@medyumokan>, [https://tr.pinteres72\)om/medyumokanhoca/](https://tr.pinteres72)om/medyumokanhoca/), <https://www.linkedin.com/in/medyum-okan-3a7576237/> adresli internet siteleri üzerinden gerçekleştirilen medyum/büyü/fal tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.02.2024, 27.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait <https://medyumokan.com/> adresli internet sitesinin 27.02.2024 tarihli görünümünde, "*Medyum Okan Hoca sayesinde eski sevgiliyi geri döndürme, aşk büyü, bağlama büyü gibi birçok büyüyü garantili şekilde yaptırın. Eski Sevgiliyi Geri Döndürme Büyüsü. Adet Kanı Büyüsü Nedir? (...)*", <https://medyumokanhoca.com/> adresli internet sitesinin 27.06.2024 tarihli görünümünde "*Medyum Okan Hoca Kimdir? Medyum Okan Hoca'nın Eğitimi Mısır'ın başkenti Kahire'de 3 yıl, Şarm El Şeyh kentinde 2 yıl yaşayan Okan Hoca, Mısırlı Büyü Üstadlarından yüzlerce kara büyü, ak büyü ve büyü bozma tekniği öğrenmiştir. Arabistan ve Mısır'da toplam 15 yıl yaşayan Medyum Okan Hoca, cinlerle olan iletişimi oldukça kuvvetlendirmiştir. Bu ülkelerde de 15 yıl boyunca binlerce vefk yazıp, büyü yaptığı için cinlerle arasındaki bağ kopmayacak şekilde güçlenmiştir. Mısır ve Arabistan'da binlerce insanın derdine derman olan Okan Hoca, kendi ülkesine dönüp, ülkesindeki insanlara faydalı olacak tılsımlar, vefkler ve büyüler hazırlamak istediği için 2007 yılında, 35 yaşında Türkiye'ye dönmüştür. Bu kutsal mesleği yasal olarak yapmak isteyen Medyum Okan Hoca, Okan Spiritualist Hizmetler Limited Şirketini kurmuştur. 2007 yılından bu zamana kadar çok aktif bir şekilde çalışmalarına devam etmektedir. 14 yıl boyunca vergi levhali olarak yasal gerçek medyum hoca olarak görevine devam etmektedir. (...) Medyum Okan Hoca'nın Etkili Büyüleri. Eski sevgiliyi geri getirme, aşk büyü, bağlama büyü, kilit büyü, süryani büyü, papaz büyü, aşk vefki, aşk tılsımı, evlilik büyü, geri getirme vefki gibi birçok büyüde uzman olan Okan Hoca, bu büyüler ve vefkler sayesinde birçok huzurlu yuvanın kurulmasına yardımcı olmuştur. Sizin de evliliğinizde huzursuzluk oluyorsa, eşiniz eve gelmiyorsa, sevgiliniz sizden soğuduysa Okan Hoca'nın bilgi ve tecrübesinden faydalanabilirsiniz. Evinize mutluluk ve bereket getirmek istiyorsanız size özel hazırlanmış bir vefk ile evinizi huzurla doldurabilirsiniz. Sevgiliniz sizden ayrıldıysa, bağlama büyü ile kendinize çok sıkı şekilde bağlayıp aşık edebilirsiniz. Büyü ve vefkler insanlık tarihi kadar eskidir. İşe yarayan kesin bir çözüm olduğu için yüzyıllar boyunca etkisini hiç kaybetmemiş, aksine her geçen gün daha çok uygulanmaya başlamıştır. Tüm sıkıntılarınızdan kurtulmak için Okan Hoca ile iletişime geçip, tüm derterinizi anlatmanız yeterlidir. Okan Hoca, yaşının ve ilminin verdiği tecrübe ile size uygun olan vefk ya da büyüyü hazırlayacaktır. Büyü ve vefk konusunda dikkat edilmesi gereken en*

önemli nokta, acemi ve sahte medyumlardan uzak durulması gerektiğidir. Büyü yapmak, yıllar boyunca kazanılmış bilgi birikim ile öğrenilir. İnsanların evinde yapabileceği bir öğretidir. Acemi medyumun eksik okuyacağı bir dua, hayatınızın kararmasına sebebiyet verebilir. Bu yüzden çok dikkat edilmesi gereken bir konudur ve sadece gerçek medyum hocalar tarafından yapılmalıdır. Gerçek Medyum Okan Hoca ile iletişime geçip tüm sorunlarınızdan tek seferde kurtulmak istiyorsanız, sayfanın sol altında bulunan Tek Tıkla İletişim butonuna tıklayarak, Okan Hoca'ya ulaşabilirsiniz. Dilerseniz, sayfanın sağ alt köşesinde bulunan Whatsapp butonuna tıklayıp, Whatsapp'dan mesaj gönderebilirsiniz. Okan Hoca'nın yaptığı etkili büyüleri görmek için aşağıdaki bağlantıya tıklayabilirsiniz. (...) Medyum Okan Hoca İletişim. Medyum Okan Hoca, eski sevgiliyi geri döndürme, aşk büyü, bağlama büyü, kaşık büyü, papaz büyü gibi birçok ak ve kara büyü konularında size yardımcı olacaktır. Sizin de bir derdiniz sıkıntınız varsa bunu Medyum Okan Hoca ile paylaşın, en kısa sürede huzura kavuşmalısınız. 16 yıllık tecrübesi sayesinde tüm dertlerinize şifa olmayı garanti etmektedir. Medyum Okan Hoca hakkında daha fazla bilgi almak isterseniz aşağıdaki bağlantıya tıklayabilirsiniz.",

[https://www.youtube.com/channel/UCp9xZlYlZhwy4PFGDxC5\\_Vw](https://www.youtube.com/channel/UCp9xZlYlZhwy4PFGDxC5_Vw) adresli internet sitesinin 27.02.2024 tarihli görünümünde, "Medyum Okan Hoca-Para Büyüsü 0501..., Zenginlik Büyüsü, Tavuk Bacağı Büyüsü(...)",

<https://www.youtube.com/@medyumokan> adresli internet sitesinin 27.06.2024 tarihli görünümünde, "Hakkında. Medyum Okan Hoca sayesinde eski sevgiliyi geri döndürme, aşk büyü, bağlama büyü gibi birçok büyüü garantili şekilde yaptırın. Bütün dert ve sıkıntılarınız için arayabilirsiniz: 0501... medyumokanhoca.com Bağlama büyü, eski sevgiliyi geri döndürme büyü, evlilik büyü, adet kanı büyü, bağlama vefki, aşk büyü, kaşık büyü, at nalı büyü, ekmek büyü, düğüm büyü, aşk tılsımı, papaz büyü, süryani büyü, canbar büyü, sabun büyü, bakır levha büyü, kilit büyü, soğutma büyü, şirinlik büyü, yıldızname, büyü bozma, ikna etme büyü, kısmet açma büyü, sevgi büyü, domuz yağı büyü. (...) Büyü Belirtileri Nelerdir? Üzerimde Büyü Var Mı? Medyum Okan Hoca Büyü Bozma 0501 ...",

<https://tr.pinterest.com/medyumokanhoca/> adresli internet sitesinin 27.06.2024 tarihli görünümünde, "Medyum Okan Hoca sayesinde eski sevgiliyi geri döndürme, aşk büyü, bağlama büyü gibi birçok büyüü garantili şekilde yaptırın. 0501 ...",

<https://www.linkedin.com/in/medyum-okan-3a7576237/> adresli internet sitesinin 27.06.2024 tarihli görünümünde, "Medyum Okan Hoca, İstanbul Medyum Okan Hoca, Eski Sevgiliyi Geri döndürme Büyüsü (...)" şeklindeki ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait internet siteleri üzerinden tüketicilerin dini itikatları ile korku ve batıl inançlarını istismar edecek şekilde yapılan medyum/büyü/fal tanıtımlarının Reklam Mevzuatında yer verilen "Falci, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz." hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-b, 27/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mert KIRBAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** ile <https://medyumokan.com/>, <https://medyumokanhoca.com/>, [https://www.youtube.com/channel/UCpgxZlYlZhwy4PFGDxC5\\_Vw](https://www.youtube.com/channel/UCpgxZlYlZhwy4PFGDxC5_Vw), <https://www.youtube.com/@medyumokan>, <https://tr.pinterest.com/medyumokanhoca/>, <https://www.linkedin.com/in/medyum-okan-3a7576237/> adresli internet sitelerinin tümüne yönelik **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

## **KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

44)

**Dosya No: 2024/2094**

**Şikayet Edilen: Naturel Kozmetik Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait <https://www.yvesrocher.com.tr/> adresli internet sitesinde yer alan “Roll-on Antiperspirant Deodorant - Papatya” ve “Unisex Roll-on Antiperspirant Deodorant - Okyanus Algleri” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.02.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.yvesrocher.com.tr/vucut-et-banyo/banyo/roll-on-ve-deodorantlar/roll-on-antiperspirant-deodorant-papatya/p/57834> ve <https://www.yvesrocher.com.tr/vucut-et-banyo/banyo/roll-on-ve-deodorantlar/unisex-roll-on-antiperspirant-deodorant-okyanus-algleri/p/58616> adresli internet sitelerinde, “*aluminumchlorohydrate*”, “*Doğal içerikler*”, “*Güvenli kimyasal içerikler*”, “*48 saat boyunca terlemeyi durdurmaya yardımcı olur.*” ve “*Vegan Formül*”, söz konusu internet sitelerinde yer alan ürün ambalajlarında “48 h” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait <https://www.yvesrocher.com.tr/vucut-et-banyo/banyo/roll-on-ve-deodorantlar/roll-on-antiperspirant-deodorant-papatya/p/57834> adresli internet sitesinde yer alan “Roll-on Antiperspirant Deodorant - Papatya” ve <https://www.yvesrocher.com.tr/vucut-et->

banyo/banyo/roll-on-ve-deodorantlar/unisex-roll-on-antiperspirant-deodorant-okyanus-  
algleri/p/58616 adresli internet sitesinde yer alan “Unisex Roll-on Antiperspirant Deodorant -  
Okyanus Algleri” isimli ürün tanıtımlarında, “*Güvenli kimyasal içerikler*” ifadesine yer  
verildiği, ancak piyasaya sunulan deodorant ve roll-on ürünlerinin insan sağlığına zararlı  
kimyasal içermeyeceği, dolayısıyla aynı niteliğe sahip olduğu halde anılan ürünün  
“*Güvenli...*” ifadesi ile vurgulanarak benzer özelliğe sahip ürünlerden farklı olduğu algısı  
yaratılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6 ve  
32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

45)

**Dosya No: 2024/3818**

**Şikayet Edilen: Selen Kozmetik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait “Urban Care” markalı ürünlere ait muhtelif mecralarda  
yer alan “*Türkiye'nin En Çok Satan Saç Bakım Markası*” ifadeli tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.03.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Diğer (Açık hava)

**Tespitler:** TV8 logolu televizyon kanalında 03.03.2024 tarihinde yayınlanan tanıtımda ve  
mağaza içinde ve dışında yer alan tanıtımlarda, “*Türkiye'nin En Çok Satan Saç Bakım Markası*”  
ve “*Urban Care Nielsen 2023 sonuçlarına göre Türkiye Parfümeri kanalında en çok satan saç  
bakım markası*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait “Urban Care” markalı  
ürünlere ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlarda, “*Türkiye'nin En Çok Satan Saç  
Bakım Markası*” ifadesine, söz konusu tanıtımlara ilişkin açıklamada ise “*Urban Care Nielsen  
2023 sonuçlarına göre Türkiye Parfümeri kanalında en çok satan saç bakım markası*” ifadesine  
yer verildiği ancak ortalama tüketicinin algılama düzeyi dikkate alındığında söz konusu

markaya ait bütün saç bakım ürünlerinin tüm satış kanallarında en çok satılan ürünler olduğu izlenimi 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, 18/1, 18/2, 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 **Selen Kozmetik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

46)

**Dosya No: 2024/3645**

**Şikayet Edilen: Senka Kimya ve Kozmetik San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "Biolane" markalı ürünlere ait eczane içi tanıtımlarda yer alan "*No 1 in France*" ifadeli tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Şirkete ait "Biolane" isimli kozmetik ürünlere ilişkin eczane içi tanıtımlarda, "*No 1 in France*", "*Nielsen verilerine göre 2023 yılında; Biolane Fransa'da hijyen ürünleri ve mendil kategorisinde en çok satan bebek bakım markasıdır.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait "Biolane" markalı kozmetik ürünlere ilişkin eczane içi tanıtımlarda yer alan "*No 1 in France*" ifadesinin açıklamasında yer alan "*Nielsen verilerine göre 2023 yılında; Biolane Fransa'da hijyen ürünleri ve mendil kategorisinde en çok satan bebek bakım markasıdır.*" ifadesinin ispatına ilişkin olarak sunulan raporda "Biolane" markalı ürünlerin özel etiketli ("*Private Label*") ürünlerden sonra en çok satan ürünler olduğu dolayısıyla sunulan raporun "1 numara olma" iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı,

Ayrıca, söz konusu reklamın ana metninde "*No 1 in France*" ifadesi ile altyazıda; "*Nielsen verilerine göre 2023 yılında; Biolane Fransa'da hijyen ürünleri ve mendil kategorisinde en çok satan bebek bakım markasıdır.*" ifadesine yer verildiği, ancak ortalama tüketicinin algılaya



düzeyi dikkate alındığında “Biolane” markalı tüm ürünlerin kozmetik ürün pazarında en çok satılan 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, 9/3, 9/4, 9/5 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Senka Kimya ve Kozmetik San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzsekseneyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

47)

**Dosya No: 2024/4115**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait muhtelif mecralarda yer alan “Emotion” markalı deodorant ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.06.2024, 08.07.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında, <https://www.instagram.com/reel/C8we455NhAg/?gsh=MWxNTA0amduZmh4aw%3D%3D> , <https://www.instagram.com/reel/C8CsQmUI957/?gsh=YnhsZDBtMWVqbDVn>, <https://youtube.com/watch?v=5g6cTw6URo8&si=9EhXyYjTg3SHtPHF> ve <https://youtube.com/watch?v=-BmEWgXgE5U&si=VonQMdwmRofyetoc> adresli internet sitelerinde yer alan reklamlarda “*Emotion ile mis gibi kok, zararı yok, hareketin zararı yok, zararı yok, kutlamanın zararı yok, zararı yok, süslenmenin zararı yok, zararı yok, gülmenin zararı yok. Hiç, hiç zararı yok, zararı yok, Emotion ile hep mis gibi kok, zararı yok*”, “\* NielsenIQ Toplam Deodorant-Kadın Kategorisi, Kadın Aeresol Segmenti, Toplam Türkiye Nisan 2023 – Mart 2024 tonaj verilerine dayanmaktadır. \*\* Ter kokusuna karşı 48 saate kadar koruma bağımsız laboratuvarlarda test edilmiştir. [www.evyap.com.tr](http://www.evyap.com.tr)”, “Türkiye'nin en çok satan deodorantı Emotion'ın içeriğinde alüminyum yok, gözenekleri tıkamadan ter kokusunu önlemek var”, “Türkiye'nin 1 Numaralı Deodorant Markası”, “İçeriğinde Alüminyum Yok” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait “Emotion” markalı deodorant ürünlerine ilişkin muhtelif televizyon reklamlarında ve <https://www.instagram.com/reel/C8we455NhAg/?gsh=MWxNTA0amduZmh4aw%3D%3D> , <https://www.instagram.com/reel/C8CsQmUI957/?gsh=YnhsZDBtMWVqbDVn>, <https://youtube.com/watch?v=5g6cTw6URo8&si=9EhXyYjTg3SHtPHF> ve <https://youtube.com/watch?v=-BmEWgXgE5U&si=VonQMdwmRofyetoc> adresli internet sitelerinde yer verilen “*Emotion ile mis gibi kok zararı yok, hareketin zararı yok ..., kutlamanın zararı yok ..., süslenmenin zararı yok ..., gülmenin zararı yok ..., hiç hiç zararı yok ... Emotion’ın içeriğinde alüminyum yok, gözenekleri tıkamadan ter kokusunu önlemek var, Emotion ile hep mis gibi kok zararı yok*” ve “*İçeriğinde alüminyum yok*” ifadeleri ile alüminyumun zararlı bir madde olduğu algısı oluşturularak içeriğinde alüminyum bulunan ürünlerin kötülendiği,

Ayrıca, söz konusu reklamın ana metninde “*Türkiye’nin en çok satan deodorantı Emotion*” ifadesi ile altyazıda; “*NielsenIQ Toplam Deodorant-Kadın Kategorisi, Kadın Aeresol Segmenti, Toplam Türkiye Nisan 2023 – Mart 2024 tonaj verilerine dayanmaktadır.*” ifadelerine yer verilerek “Emotion” markalı ürünlerin tüm deodorant pazarında en çok satılan 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, 10/1, 18/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Evyap Sabun Yağ Gliserin 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.

48)

**Dosya No: 2024/3317**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinde ve [@sleepykizlarkulubu](https://www.instagram.com/sleepykizlarkulubu) adresli instagram isimli sosyal medya sitesinde yer alan “Sleepy Ecologic Hijyenik Ped ve Günlük Ped” ve “Sleepy Bionatural Hijyenik Ped ve Günlük Ped” isimli ürünlere ait tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 21.02.2024**

## Reklamın Yayınlandığı Mecra: İnternet

**Tespitler:** Şirkete ait [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinin ve @sleepykizlarkulubu adresli instagram isimli sosyal medya sitesinde, “*Toprakta çözünen*”, “*Doğada çözünen*”, “*Havayı koruyan*” ve “*(...)biopolimer içeriğiyle karbondioksit salınımını da azaltmaya yardımcı oluyor*”, “*Sıfır Karbon Hedefi*” ifadelerine, [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinde “*Nötr Karbon Hedefi*” ibaresi ile CO2 ayak izi simgesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait “Sleepy Ecologic Hijyenik Ped ve Günlük Ped” isimli ürüne ait tanıtımların yer aldığı [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinin ve @sleepykizlarkulubu adresli instagram isimli sosyal medya sitesinin 21.02.2024 tarihli görünümünde, “*Toprakta çözünen*”, “*Doğada çözünen*” şeklinde “çevreye ilişkin beyan” niteliğindeki ifadelerle yer verildiği, ancak anılan ürünlerin tamamının toprakta ve doğada çözüldüğü iddiasının kamu kurum ve kuruluşlarından, üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış kanıtlar ile desteklenemediği,

“Sleepy Bionatural Hijyenik Ped ve Günlük Ped” isimli ürüne ait tanıtımların yer aldığı şirkete ait [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinin 21.02.2024 tarihli görünümünde yer verilen “*Havayı koruyan*” ve “*(...)biopolimer içeriğiyle karbondioksit salınımını da azaltmaya yardımcı oluyor*” iddialarının akademik kuruluşlarca kabul görmüş bilimsel çalışmalara dayalı olarak ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi hükmü gereği ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesinde ve @sleepykizlarkulubu adresli instagram isimli sosyal medya sitesinde yer alan ürün ambalajlarında “*Sıfır Karbon Hedefi*” ifadelerine yer verilmeye devam edildiği,

Son olarak, şirkete ait [www.sleepy.com.tr](http://www.sleepy.com.tr) adresli internet sitesi ve muhtelif mecralarda yer verilen “*Nötr Karbon Hedefi*” ibaresi ile CO2 ayak izi simgesine yer verildiği, ancak söz konusu iddianın ispatına ilişkin sunulan belgelerin akredite olmuş veya akademik kuruluşlarca kabul görmüş bilimsel çalışmalara dayalı olarak ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı 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, 17/1, 17/2, 17/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

49)

**Dosya No: 2024/4277**

**Şikayet Edilen: Helse İlaç Kimya Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait <https://santeplustr.com/> adresli internet sitesinde "Sante Plus Çift Etki Sante Care Cilt Bakım Losyonu 250 ml" ve "Sante Plus Sante Care Cilt Bakım Losyonu 125 ml" isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.04.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://santeplustr.com/urun/sante-plus-cift-etki-sante-care-uyuz-losyonu-250-ml/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, "*Uyuz paraziti, mayt akarları vücudumuzun en büyük ve dış etkenlere en çok maruz kalan deride rahatsızlık oluşturur. Şiddetli kaşıntıyla beraber uykusuz ve normal yaşam faaliyetlerini kısıtlar. Akşam yatağa girdiğiniz de uyuz kaşıntıları daha da artar ve yaşantınız çok yorucu bir hal alır.*" ifadelerine,

<https://santeplustr.com/urun/sante-plus-sante-care-uyuz-losyonu-125-ml/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, "*Uyuz paraziti, mayt akarları vücudumuzun en büyük ve dış etkenlere en çok maruz kalan deride rahatsızlık oluşturur. Şiddetli kaşıntıyla beraber uykusuz ve normal yaşam faaliyetlerini kısıtlar. Akşam yatağa girdiğiniz de uyuz kaşıntısı daha da artar ve yaşantınız çok yorucu bir hal alır ve akla ilk uyuzdan nasıl kurtulurum sorusu gelir.*" ifadelerine,

<https://santeplustr.com/uyuza-ne-iyi-gelir/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, "*Uyuz hastalığı, bilimsel adı sarcoptes scabiei olan mikroskopik sekiz bacaklı akarların sebep olduğu bir çeşit deri enfeksiyondur. Bu hastalıkta uyuz böceklerinin dişileri derinin dış tabakalarına yumurtalarını bırakır. Akarların deriye yumurtalarını bırakması, deride bir alerjik tepkimeye, ağır kaşıntıya ve döküntüye neden 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 ve yukarıda

belirtilen sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik rnler Yönetmeliği'nin 4/ ve 23/1 inci maddeleri,

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik'in 4/1-d, 5/2 ve 5/4 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Helse İlaç Kimya Sanayi ve Ticaret Ltd. şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

50)

**Dosya No: 2024/4275**

**şikayet Edilen: Devasaz İde Kozmetik İth. İhr. Ltd. şti.**

**şikayet Edilen Reklam:** şirkete ait <https://devasaz.com/> adresli internet sitesinde satışa sunulan muhtelif ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.04.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://devasaz.com/urun/migro-son-sprey/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, “*Nezle, grip, nefes darlığı ve şiddetli migren ağrularına mucizevi zm. Astım, koah için rahatlatıcı nefes aldırır.*” ifadelerine,

<https://devasaz.com/urun/furkan-kantaron-bitki-cayi-40li/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, “*Antiseptik zellikler gösterdiğinden vücudu mikroplara karşı koruyor. İltihap nleyici etkiler göstererek vücutta oluşan iltihaplanmaların hızla iyileşmesine destek oluyor. Hücrelerin daha hızlı yenilenmesini sağladığından yaraların da hızla iyileşmesine yardımcı oluyor. Egzama, varis gibi cilt rahatsızlıklarında da olumlu etkiler gösterdiği biliniyor. (...) gastrit sorunu yaşayanlara da destek oluyor. En önemli etkilerinden biriniyse kansere karşı gösteriyor ve kanserli hücrelerin büyüyüp çoğalmasını engelliyor. Sarı kantaron aynı zamanda*

*bel ve baş ağrısı gibi sıklıkla yaşanan ağrıların da azalmasında önemli bir rol oynuyor. Doğal bir antidepresan etkisi göstererek sinirleri yatıştırıyor. Bu özelliği sayesinde stres kaynaklı uykusuzluğun, kaygı, korku gibi hislerin azalmasını sağlıyor. Mutluluk hormonlarının salgılanmasını destekleyerek depresyon gibi olumsuz ve ciddi sorunlardan kurtulmaya yardımcı oluyor. Ciltte oluşan sivilcelere baş etmeyi de bilen sarı kantaron, sivilcelerden kalan izlerin de geçmesini sağlıyor.” ifadelerine,*

<https://devasaz.com/urun/kuru-ciltler-icin-nemlendirici-bakim-kremi/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda “*Hemoroid ve basur tedavisinde kullanılır.*” ifadelerine,

<https://devasaz.com/urun/normal-ciltler-icin-nemlendirici-bakim-kremi/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, “*Vitiligo olan bölgeler (...) tedavi süreci sürmektedir. Devasaz kremi hücre yenileyici (...) özelliğe sahip bir kremdir. Vitiligolu bölgeleriniz normal cilt haline gelene kadar krem kullanımına devam edilmelidir (...) bırakılırsa vitiligonuz tekrarlar, tedavi süreciniz boşa gitmiş olur. Cildinizdeki, atobik-dermatit olan bölgeler sedef-egzemalı bölgeler normal cilt haline gelene kadar devasaz kremi kullanmaya devam etmelisiniz. Aksi takdirde küçük leke şeklinde kalıp tedaviyi bırakırsanız cilt rahatsızlığınız tekrarlar.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 20.04.2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliğe dayanılarak hazırlanan “Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu” Ekli listesinde muhtelif besin ögesi, madde, gıda veya gıda kategorisi için kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının sayılmış olduğu, ancak inceleme konusu tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıktığı ve 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 sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik’in 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 5/3, 5/6, 5/7, 5/8, 5/10-a, 5/10-b, 5/10-c, 5/10-ç, 5/11-a, 5/11-b, 5/11-c, 10/1, 10/2 ve 10/3 üncü maddeleri,

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik’in 4/1-d, 4/1-e, 5/1, 5/2 ve 5/4 üncü maddeleri,

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

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

-Kozmetik Ürünler Yönetmeliği’nin 4/ö ve 23/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Devasaz İde Kozmetik İth. İhr. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

51)

**Dosya No: 2024/3641**

**Şikayet Edilen: Emrada İlaç Kozmetik ve Tıbbi Cihazlar Sanayi Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde şirkete ait "Emrada İlaç Kozmetik ve Tıbbi Cihazlar" mağaza adı ile, www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde şirkete ait "redCOS" mağaza adı ile satışa sunulan "EmiraThol" isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.05.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde, şirkete ait "Emrada İlaç Kozmetik ve Tıbbi Cihazlar" mağaza adı ile satışa sunulan "EmiraThol" isimli ürün tanıtımında yer alan "Soru-Cevap" kısmında, "*Merhabalar bende dış trombosit basur yani boğulmuş basur oluştuktoktora gittim ilaçlar verdi ama 15 gün oldu memede küçülme olmadı ağrım sızım yok sadece makatta meme var oda doktorların diyişine göre trombosit basur yani boğulmuş basur olmuşsun geç iyileşir dediler bu sprej yani sizin ilaç trombosit basura yani boğulmuş basura iyi geliyormu iyileştiriyormu*" sorusuna cevaben "*Merhabalar efendim, sizden çok daha fazla şikayeti olan hastalarımız mevcut. Fakat kullanıma 30ml yani 3lü ürünümüzle başlamalısınız. zamanla memeler küçülerek kaybolacaktır.*" ifadesine, "*Makat çatlağı için de kullanılabilir mi?*" sorusuna cevaben "*Merhabalar, evet efendim.*" ifadesine,

www.ciceksepeti.com adresli internet sitesinde, şirkete ait "redCOS" mağaza adı ile satışa sunulan "EmiraThol" isimli ürün tanıtımlarında, "*Hemoroid ve anal fissürden kurtulmanın en kolay yolu.*", "*Hemoroid memelerini yok eder. Anal fissürü giderir. Ağrı, acı, kaşıntı, kanamayı hemen durdurur.*" 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 sağlık beyanı

içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Ürünler Yönetmeliği'nin 4/ö ve 23/1 inci maddeleri,

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik'in 4/1-d, 5/2 ve 5/4 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Emrada İlaç Kozmetik ve Tıbbi Cihazlar Sanayi Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

52)

**Dosya No: 2024/4276**

**Şikayet Edilen: Aylin CEBEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com adresli internet sitesinde şirkete ait "RENKLİBUTİK" mağaza adı ile satışa sunulan muhtelif kozmetik ürün tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.06.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.trendyol.com/she-vec/gozenek-sikilastirmaya-siyah-nokta-gidermeye-yardimci-ve-arindirici-cilt-bakim-seti-p-248507474?boutiqueId=61&merchantId=128178> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, "Mikrobiyota onarımı...", "Akne ve akne tedavisi sonrasında aknenin iyileşirken yerini lekeye bıraktığı cilde sahip olan kişiler...için kullanıma uygundur.", "Leke bakımı" ifadelerine,

<https://www.trendyol.com/she-vec/roza-leke-akne-sorunu-p-344463821?boutiqueId=61&merchantId=128178&filterOverPriceListings=false&sav=true> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda "Leke açmaya yardımcı olur.", "Akne sonrası leke oluşumu gözlenen ciltler|Roza" ifadelerine,



<https://www.trendyol.com/she-vec/hydra-back-baby-prebiyotik-aktiviteli-yogun-nemlendirme-etkili-hyaluronik-asit-cilt-serumu-30-ml-p-208528588?boutiqueId=61&merchantId=128178&filterOverPriceListings=false&sav=true> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, “*Mikrobiyota onarımı...*” 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 sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Ürünler Yönetmeliği'nin 4/ö ve 23/1 inci maddeleri,

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik'in 4/1-d, 5/2 ve 5/4 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

53)

**Dosya No: 2024/4119**

**Şikayet Edilen: Flavus Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait <https://flavus.com/> adresli internet sitesinde satışa sunulan “She Vec Magic Foam - Party | Yatıştırıcı ve Nemlendirici Yüz Temizleme Köpüğü” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.05.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "She Vec Magic Foam -Party | Yatıştırıcı ve Nemlendirici Yüz Temizleme Köpüğü" isimli ürüne <https://flavus.com/> adresli internet sitesinde yer alan içerik bilgisi ile tüketicinin satın aldığı ürünün içerik bilgisinin farklı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait <https://flavus.com/> adresli internet sitesinde satışa sunulan "She Vec Magic Foam - Party | Yatıştırıcı ve Nemlendirici Yüz Temizleme Köpüğü" isimli ürünün tüketici tarafından satın alındığı fakat ürünü satın alan tüketiciye gönderilen ürünün içeriğinin söz konusu internet sitesinde yer alan ürün içeriğinden farklı olduğu, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

54)

**Dosya No: 2024/3510**

**Şikayet Edilen: Expanscience Laboratuvarları İlaç Sanayi Pazarlama ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mustela.com.tr](http://www.mustela.com.tr) adresli internet sitesinde ve "mustelaturkiye" isimli instagram hesabında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.02.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mustela.com.tr](http://www.mustela.com.tr) adresli internet sitesinde ve "mustelaturkiye" isimli instagram hesabında yer alan "Vitamin Bariyer 1.2.3. Pişik Önleyici Krem" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, *"Bebeğin cildini kalıcı olarak rahatlatır. Yatıştırır. Onarır. Önler. Her bez değişiminde kullanıldığında pişik gelmeden gider. ...pişikle hiç tanışmasın. "Pediatristlerin 1\* numaralı tercihi. \*Bağımsız araştırma Şirketi tarafından Haziran 2023-Temmuz 2023 tarihleri arasında 288 pediatrist ile yapılan araştırma sonuçlarına göre, dermokozmetik markaları arasında "* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.mustela.com.tr adresli internet sitesinde ve "mustelaturkiye" isimli instagram hesabında yer alan "Vitamin Bariyer 1.2.3. Pişik Önleyici Krem" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, *"Bebeğin cildini kalıcı olarak rahatlatır. Onarır. Her bez değişiminde kullanıldığında pişik gelmeden gider. ...pişikle hiç tanışmasın."* ifadelerine, "Mustela 3 Etkili Avokado Balsam" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, *"Organik sertifikalı Mustela 3 Etkili Avokado Balsam ile tüm ailenizin kuru cildini ...kalıcı olarak nemlendirin. ...onarır."* yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ve yukarıda belirtilen sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, şirkete ait www.mustela.com.tr adresli internet sitesinde, "Mustela Pişik Önleyici Krem" isimli ürün tanıtımlarında, *"Pediatriklerin 1\* numaralı tercihi. \* Bağımsız araştırma Şirketi tarafından Haziran 2023-Temmuz 2023 tarihleri arasında 288 pediatrist ile yapılan araştırma sonuçlarına göre, dermokozmetik markaları arasında."* ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu iddiaların ispatına ilişkin sunulan belgelerde diğer dermokozmetik markalarına ilişkin karşılaştırma içeren bilgilere yer verilmediği dolayısıyla iddianın ispatına ilişkin sunulan belgelerin söz konusu iddiayı desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Ürünler Yönetmeliği'nin 4/ö ve 23/1 inci maddeleri,

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik'in 4/1-d ve 5/2, 5/4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Expanscience Laboratuvarları İlaç Sanayi Pazarlama ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

55)

**Dosya No: 2024/3638**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "Sleepy" markalı bebek bezi ürünlerine ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:**19.02.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** Şirkete ait www.sleepy.com.tr adresli internet sitesinde, *“Dünya’da ilk ve tek Avrupa’nın en büyük bebek bezi tesislerinden. Sıfır Karbon Misyonu. Gluten içermez. Nötr karbon hedefi”* ifadelerine, "Sleepy Ecologic" isimli ürün ambalajında ise *“Sıfır Karbon Misyonu. Gluten içermez.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.sleepy.com.tr adresli internet sitesinin Şubat 2024 tarihli görünümünde ve "Sleepy Ecologic" isimli bebek bezine ait 27.01.2024 tarihli ürün ambalajında, *“Sıfır Karbon Misyonu”* ibaresi ile CO2 ayak izi simgesine yer verilmeye devam edildiği,

www.sleepy.com.tr adresli internet sitesinin Şubat 2024 tarihli görünümünde, *“Dünya’da ilk ve tek”* ibaresi yanında yıldız işaretine yer verilmesine rağmen iddiaya ilişkin açıklamaya tanıtımlarda yer verilmediği,

www.sleepy.com.tr adresli internet sitesinin Şubat 2024 tarihli görünümünde ve "Sleepy Ecologic" isimli bebek bezine ait 27.01.2024 tarihli ürün ambalajında, *“Gluten içermez”* ibaresine yer verilmeye devam edildiği,

Son olarak, şirkete ait www.sleepy.com.tr adresli internet sitesi ve muhtelif mecralarda yer verilen *“Nötr Karbon Hedefi”* ibaresi ile CO2 ayak izi simgesine yer verildiği, ancak söz konusu iddianın ispatına ilişkin sunulan belgelerin akredite olmuş veya akademik kuruluşlarca kabul görmüş bilimsel çalışmalara dayalı olarak ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“İspat külfeti”* başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eruslu Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **550.059 -TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

56)

**Dosya No: 2024/4805**

**Şikayet Edilen: Naos İstanbul Kozmetik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "biodermaturkiye" isimli instagram sayfasında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.07.2024, 08.07.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "biodermaturkiye" isimli instagram sayfasında "Atoderm 2-in-1 Body Oil" isimli ürün tanıtımlarında; *"Yeni Atoderm 2-in-1 Body Oil, hamilelik döneminde göğüs, karın, kalça ve basen bölgelerinde oluşabilecek çatlak görünümünü önlemeye yardımcı olur. Çatlak oluşumunu önler. Elastin ve kolajen liflerini artırıcı etki. %97 giysilerde leke bırakmaz. %88 yağlı his bırakmaz. İçeriğindeki biyomimetik yağlar ile cildini besler."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Sağlık Bakanlığı-Ürün Takip Sistemi'nde yer alan ürün ambalajında, *"Atoderm 2-in-1 Body Oil, içeriğindeki skualen, seramidler, jojoba yağı gibi biyomimetik yağlar ile cildi besler. %89 çatlak oluşumunu önler. \* Cildi 24 saat boyunca nemlendirir. Cilt tarafından kolayca ve hızlı emilir. Yağlı his bırakmaz. Ürün kıyafetlerde leke bırakmaz, uygulandıktan sonra hemen giyinilebilir. Dermatolojik olarak test edilmiştir. Çok amaçlı kullanım özelliği sayesinde pratik uygulama sağlar. 18-40 yaş arası, 14-18 haftalık hamile 31 kadın tüketicisi ile gerçekleştirilen Atoderm 2-in-1 Body Oil'in çatlak karşı etkisinin değerlendirildiği klinik çalışma, 2024"* ifadelerine yer verildiği,

Tanıtımlarda yer verilen "Yeni Atoderm 2-in-1 Body Oil, hamilelik döneminde göğüs, karın, kalça ve basen bölgelerinde oluşabilecek çatlak görünümünü önlemeye yardımcı olur. Çatlak oluşumunu önler. Elastin ve kolajen liflerini artırıcı etki. %97 giysilerde leke bırakmaz. %88 yağlı his bırakmaz. İçeriğindeki biyomimetik yağlar ile cildini besler." ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı, söz konusu tanıtımlarda yer verilen ifade ve görsellerin 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.

57)

**Dosya No: 2024/5130**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.unibaby.com.tr ve www.eczacibasi.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.05.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.unibaby.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, *"Formülündeki prebiyotikler, bebeklerin cilt bağıışıklığını desteklemeye yardımcı olur."* ifadelerine, www.eczacibasi.com.tr adresli internet sitesinde "Unibaby Yeni doğan Islak Mendil" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *"Türkiye'nin 1 numaralı yenidoğan mendili\* 2018 yılı Nielsen satış datasına göre Türkiye'nin açık ara 1 numaralı yeni doğan mendili olan Uni Baby Yeni doğan Islak Pamuk Mendil, bebeklerin doğduğu andan itibaren el, yüz ve tüm vücut temizliği için güvenle kullanılıyor. Anneler tarafından gönül rahatlığı ile öneriliyor. Daha saf pamuk mendil yok!"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.unibaby.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Uni Baby Hassas Dokunuş Islak Mendil" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, *"Formülündeki prebiyotikler, bebeklerin cilt bağıışıklığını desteklemeye yardımcı olur."* ifadelerine yer verildiği ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, şirkete ait www.eczacibasi.com.tr adresli internet sitesinde, "Unibaby Yenidoğan Islak Mendil" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *"Türkiye'nin 1 numaralı yenidoğan mendili\* 2018 yılı Nielsen satış datasına göre Türkiye'nin açık ara 1 numaralı yenidoğan mendili olan Uni Baby Yenidoğan Islak Pamuk Mendil, bebeklerin doğduğu andan itibaren el, yüz ve tüm vücut temizliği için güvenle kullanılıyor. Anneler tarafından gönül rahatlığı ile öneriliyor. Daha saf pamuk mendil yok!"* iddialarının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı,

Son olarak bahse konu tanıtımlarda yer verilen *"Daha saf pamuk mendil yok!"* ifadeleri ile diğer markalara ait ürünlerin kötülendiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Ürünler Yönetmeliği'nin 4/ö ve 23/1 inci maddeleri,

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik'in 4/1-d, 5/2 ve 5/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 10/1, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

58)

**Dosya No: 2024/4760**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Pantene Pro-V- Infinite Lengths" isimli ürünlere ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.04.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** "Pantene Pro-V- Infinite Lengths-Şampuan" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda, "*Son santimine kadar uzun ve sağlıklı görünen saçlar için.Pro-v karışımı ile zenginleştirilmiş infinite lengths şampuanlarımız; Son santimine kadar daha güçlü\* görünen saçlar. Saçı nazıkçe temizlerken, Aktif Pro-V besleyici maddeler takviyesi ile saçı içten dışa güçlendirmeye\* yardımcı olarak saçın uzamasını ve kökten uca sağlıklı olmasını sağlar \*şekillendirmeden kaynaklanan yıpranmaya karşı güç, yalnızca Pantene Aqualight şampuan kullanımı ile karşılaştırıldığında*" ifadelerine, "Pantene Pro-V- Infinite Lengths-Saç Kremi" isimli ürün ambalajında; "*Sağlıklı görünen uzun saçlar için son santimine dek %100'e kadar daha güçlü\* İki kat daha besleyici maddelerle\*\* zenginleştirilmiş saç bakım kremimiz, içten başlayarak kökten uca saçı onarmak için saçın içine nüfus eder. \*şekillendirmeden kaynaklanan yıpranmaya karşı güç, şampuan ve krem ürünleri birlikte kullanıldığında, yalnızca Pantene Aqualight şampuanı kullanımda ile karşılaştırıldığında \*\*2'si 1 arada ve 3'ü 1 arada şampuanlarımıza göre*" ifadelerine,

Şirkete ait "panteneturkiye" isimli instagram hesabında, "*Pantene'in yepyeni serisi ile %100'e kadar daha güçlü, sonsuza uzayan saçlar!*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Pantene Pro-V- Infinite Lengths-Şampuan" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda, *"Son santimine kadar uzun ve sağlıklı görünen saçlar için. Pro-v karışımı ile zenginleştirilmiş infinite lengths şampuanlarımız; Son santimine kadar daha güçlü\* görünen saçlar. Saçı nazikçe temizlerken, Aktif Pro-V besleyici maddeler takviyesi ile saçı içten dışa güçlendirmeye\* yardımcı olarak saçın uzamasını ve kökten uca sağlıklı olmasını sağlar \*şekillendirmeden kaynaklanan yıpranmaya karşı güç, yalnızca Pantene Aqualight şampuan kullanımı ile karşılaştırıldığında"* ifadelerinin, "Pantene Pro-V- Infinite Lengths-Saç Kremi" isimli ürün ambalajında yer verilen; *"Sağlıklı görünen uzun saçlar için son santimine dek %100'e kadar daha güçlü\* İki kat daha besleyici maddelerle\*\* zenginleştirilmiş saç bakım kremimiz, içten başlayarak kökten uca saçı onarmak için saçın içine nüfus eder. \*şekillendirmeden kaynaklanan yıpranmaya karşı güç, şampuan ve krem ürünleri birlikte kullanıldığında, yalnızca Pantene Aqualight şampuanı kullanımda ile karşılaştırıldığında \*\*2'si 1 arada ve 3'ü 1 arada şampuanlarımıza göre"* ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlandığı,

Şirkete ait "panteneturkiye" isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlarda yer verilen *"Pantene'in yepyeni serisi ile %100'e kadar daha güçlü, sonsuza uzayan saçlar!"* ifadeleri ile birlikte kullanılan "sonsuzluk işareti"nin 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.

## **FİNANSAL HİZMETLER**

59)

**Dosya No: 2024/4264**

**Şikayet Edilen: BHL Turkey Teknoloji A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.hesapkurdu.com adresli internet sitesinin aidatsız kredi kartları bölümünde yer alan "TEB Bonus Card" isimli kredi kartına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.hesapkurdu.com adresli internet sitesinin aidatsız kredi kartları bölümünde yer alan "TEB Bonus Card" isimli kredi kartına ilişkin tanıtımlarda, "Yıllık ücret:ücretsiz" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.



**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.hesapkurdu.com adresli internet sitesinin aidatsız kredi kartları bölümünde yer alan "*TEB Bonus Card*" isimli kredi kartına ilişkin "*Yıllık ücret:ücretsiz*" şeklinde tanıtım yapılmasına rağmen, söz konusu kredi kartının 460TL yıllık aidatla tüketicilere sunulduğu, sunulmasına dair bütün koşullar değerlendirildiğinde tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir hukuki işleme taraf olmasına yol açtığı ya da açma olasılığı bulunduğu, bu nedenlerle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-b, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2, 13/9, 18/1, 18/2, 18/6, 25/1, 25/2, 25/3, 25/4, 29/1, 29/2, 29/2-b, 29/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bhl Turkey Teknoloji A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

60)

**Dosya No: 2024/4278**

**Şikayet Edilen: Paribu Teknoloji A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.x.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "ParibuCom" kullanıcı isimli sayfa tarafından 19.04.2024 tarihinde yapılan "Paribu'dan Halving Hediyesi" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.x.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "ParibuCom" kullanıcı isimli sayfanın 19.04.2024 tarihli görünümünde yer alan "Paribu'dan Halving Hediyesi" başlıklı reklamlarda, "19 Nisan'da hesabını doğrulayarak Paribu kullanıcı olan herkese 1.000 TL değerinde Bitcoin hediye" şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.x.com adresli sosyal paylaşım sitesinde firmaya ait "ParibuCom" kullanıcı isimli sayfanın 19.04.2024 tarihli görünümünde yer alan "Paribu'dan Halving Hediyesi" başlıklı reklamlarda "19 Nisan'da hesabını doğrulayarak Paribu kullanıcı olan herkese 1.000 TL değerinde Bitcoin hediye" şeklinde tanıtım yapılmasına rağmen kampanya kapsamında Paribu kullanıcısı olan tüketicilere taahhüt edilen tutarın verilmediği, kampanyanın firmaya yeni üye kazanımı sağlamak amacıyla yapıldığı,

Diğer taraftan, reklamı yapılan mal veya hizmetlerle birlikte karşılıksız olarak verilen mal veya hizmetlerin ya da ikramiyelerin taahhüt edilenden farklı olmaması gerektiği,

Bu nedenlerle söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-ç, 9/1, 15/1, 15/1-a, 15/1-b, 15/1-c, 18/1, 18/2, 18/4, 29/1, 29/2-a, 29/2-c, 29/3 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Paribu Teknoloji A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

61)

**Dosya No: 2024/4321**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.garantibbva.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "GarantiPay'le Gelir Vergisi ödemelerinize ücretsiz 3 taksit!" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.garantibbva.com.tr adresli internet sitesinin Bonus Flaş isimli uygulamasında yayınlanan reklamlarda, 15 Mart-5 Nisan 2024 tarihleri arasında geçerli "GarantiPay'le Gelir Vergisi ödemelerinize ücretsiz 3 taksit!" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.garantibbva.com.tr adresli internet sitesinin “Bonus Flaş” isimli uygulamasında yayımlanan reklamlarda, 15 Mart-5 Nisan 2024 tarihleri arasında geçerli “GarantiPay’le Gelir Vergisi ödemelerinize ücretsiz 3 taksit!” ifadelerinin gerçeği yansıttığı, kampanyada herhangi bir işlem kısıtının 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.

62)

**Dosya No: 2024/4345**

**Şikayet Edilen: Türkiye Vakıflar Bankası Türk Anonim Ortaklığı**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Vakıfbank Mobil” isimli uygulamanın kampanyalar bölümünde yer alan “*Her 1500 TL harcamanıza 100 TL toplam 200 TL Worldpuan hediye.*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait Vakıfbank mobil uygulamasının kampanyalar bölümünde, “*Her 3.000 TL harcamanıza 100 TL toplam 200 TL Worldpuan hediye.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Vakıfbank mobil uygulamasının kampanyalar bölümünde “*Her 3.000 TL harcamanıza 100 TL toplam 200 TL Worldpuan hediye.*” ifadelerine yer verildiği, kampanya kapsamında vaat edilen tutarın tüketicilere verilmiş olduğu değerlendirilmiş olup,

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

**GIDA**

63)

**Dosya No: 2024/3932**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “*Solgar Formula VM-2000 Multivitamin & Mineral Takviye Edici Gıda*” adlı ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.04.2024-05.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Radyo

**Tespitler:** Firmaya ait “*Solgar Formula VM-2000 Multivitamin & Mineral Takviye Edici Gıda*” adlı ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan “*Solgar Milli Voleybol Sponsorluk*” reklamlarında, “*Solgar ile hep zinde. #HepZindeHepZirvede*” şeklinde,

Bununla birlikte, anılan ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan “*Solgar VM-2000*” reklamlarında, “*Günaydın. Hadi kalk, güne başla. Çık sokağa, anı kaçırma. Devam et, hayata geç kalma. Koş, koş, koş! Aman durma. Sakın hiçbir şeyi iskalama. Maillere bak, her mesajı cevapla... Kaptan!!! Bir dakika! Oradan oraya, buradan şuraya. Daha çok çalış, daha çok başar, daha çok gez, hep kendini zorla! Ya aslında... Biraz dursan mı acaba? Dünün muhasebesini yapmadan, yarını planlamadan... İyi olmanın bir tane zamanı var. O da şu an. Şimdi dur ve kendine odaklan. Unutma, zihninin de bedeninin de zinde olması senin elinde. Solgar VM-2000'in zengin içeriği ile kendine iyi bak.*” şeklinde ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “*Solgar Formula VM-2000 Multivitamin & Mineral Takviye Edici Gıda*” adlı ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan “*Solgar Milli Voleybol Sponsorluk*” reklamlarında “*Solgar ile hep zinde. #HepZindeHepZirvede*” şeklinde,

Bununla birlikte, anılan ürüne ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan “*Solgar VM-2000*” reklamlarında “*Günaydın. Hadi kalk, güne başla. Çık sokağa, anı kaçırma. Devam et, hayata geç kalma. Koş, koş, koş! Aman durma. Sakın hiçbir şeyi iskalama. Maillere bak, her mesajı cevapla... Kaptan!!! Bir dakika! Oradan oraya, buradan şuraya. Daha çok çalış, daha çok başar, daha çok gez, hep kendini zorla! Ya aslında... Biraz dursan mı acaba? Dünün muhasebesini yapmadan, yarını planlamadan... İyi olmanın bir tane zamanı var. O da şu an. Şimdi dur ve kendine odaklan. Unutma, zihninin de bedeninin de zinde olması senin elinde. Solgar VM-2000'in zengin içeriği ile kendine iyi bak.*” şeklinde ifadelerle tanıtım yapıldığı,

İnceleme konusu tanıtımlara ilişkin olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından iletilen görüş yazısında, 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği doğrultusunda gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabildiği, gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılabilecek sağlık beyanları ve beyan koşullarının söz konusu Yönetmelik doğrultusunda hazırlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu eklerinde yer aldığı, kılavuz eklerinde yer almayan sağlık beyanı içerdiği değerlendirilen ifadelerin kullanılamayacağı, dolayısıyla “*Solgar Milli Voleybol Sponsorluk*” reklamında yer alan “*Solgar ile hep zinde. #HepZindeHepZirvede*”

ifadesinin sağlık beyanı içerdiği ve "Solgar VM-2000" reklam metninin tamamına bakıldığında ürün ile ilgili bilişsel fonksiyonları ve odaklanmayı arttıracakı yönünde bir kurgu yapıldığından sağlık beyanı içerdiği, ayrıca ortalama tüketici açısından ürünü kullanmaya özendirerek şekilde olması sebebi ile reklam metninin kullanımının uygun bulunmadığının belirtildiği, dolayısıyla anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5/1, 5/2, 5/10, 5/11, 8/1 ve 10/4 üncü maddeleri,

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

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

- 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Solgar Vitamin ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **2.200.258-TL (İkimilyonikiyüzbinikiyüzellisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

64)

**Dosya No: 2024/2149**

**Şikayet Edilen: Glaxosmithkline Tüketici Sağlığı Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "*Centrum Advance 50+ Multivitamin ve Multimineral İçeren Takviye Edici Gıda*" ve "*Centrum Advance Multivitamin ve Multimineral içeren Takviye Edici Gıda*" isimli ürünlere ilişkin olarak [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "Centrum Advance 50+ Multivitamin ve Multimineral İçeren Takviye Edici Gıda" isimli ürüne ilişkin olarak "centrumturkiye" kullanıcı adıyla www.instagram.com adresli internet sitesinde, "*Enerjik ve Dinç Bir Yaşam İçin multi destek, Enerjik ve dinç bir yaşamın anahtarı burada! #UzmanMultiDestek. İçerdiği A, E, C, D ve B12 gibi önemli vitaminleri ile Centrum Advance 50+ normal enerji oluşum mekanizmasına katkıda bulunur.*" şeklinde,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde "Centrum Advance Multivitamin ve Multimineral İçeren Takviye Edici Gıda" isimli ürüne ilişkin olarak "*Günde 1 tablet alınan Centrum Advance bağışıklığı destekler. Centrum advance tablet içeriğindeki A, C, D2, E vitaminleri ve çinko minerali ile bağışıklığı destekler. Centrum advance enerji düzeyini destekleyen vitamin ve mineraller içerir. Yoğun geçen günlere uzmanından multi destek. İş Temposunda Uzmanından multi destek.*" şeklinde ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Centrum Advance 50+ Multivitamin ve Multimineral İçeren Takviye Edici Gıda" isimli ürüne ilişkin olarak "centrumturkiye" kullanıcı adıyla www.instagram.com adresli internet sitesinde "*Enerjik ve Dinç Bir Yaşam İçin multi destek, Enerjik ve dinç bir yaşamın anahtarı burada! #UzmanMultiDestek. İçerdiği A, E, C, D ve B12 gibi önemli vitaminleri ile Centrum Advance 50+ normal enerji oluşum mekanizmasına katkıda bulunur.*" şeklinde,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde "Centrum Advance Multivitamin ve Multimineral İçeren Takviye Edici Gıda" isimli ürüne ilişkin olarak "*Günde 1 tablet alınan Centrum Advance bağışıklığı destekler. Centrum advance tablet içeriğindeki A, C, D2, E vitaminleri ve çinko minerali ile bağışıklığı destekler. Centrum advance enerji düzeyini destekleyen vitamin ve mineraller içerir. Yoğun geçen günlere uzmanından multi destek. İş Temposunda Uzmanından multi destek.*" şeklinde ifadeler yer verilerek tanıtım yapıldığı,

İnceleme konusu tanıtımlara ilişkin olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından iletilen görüş yazısında, 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği doğrultusunda gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabildiği, gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılabilecek sağlık beyanları ve beyan koşullarının söz konusu Yönetmelik doğrultusunda hazırlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu eklerinde yer aldığı, kılavuz eklerinde yer almayan sağlık beyanı içerdiği değerlendirilen ifadelerin kullanılamayacağı dolayısıyla "*Enerjik ve Dinç Bir Yaşam İçin multi destek, Enerjik ve dinç bir yaşamın anahtarı burada! Günde 1 tablet alınan Centrum Advance bağışıklığı destekler. Centrum advance tablet içeriğindeki A, C, D2, E vitaminleri ve çinko minerali ile bağışıklığı destekler. Centrum advance enerji düzeyini destekleyen vitamin ve mineraller içerir.*" ifadelerinin sağlık beyanı içerdiği, aynı zamanda "*#UzmanMultiDestek. Yoğun geçen günlere uzmanından multi destek. İş temposunda uzmanından multi destek*" ifadelerinin de ürün için kullanılan sağlık beyanı ifadelerini güçlendirmesi ve ortalama tüketiciyi özendirici olması sebebiyle tanıtım ve reklam bir bütün olarak değerlendirildiğinde kullanımının uygun olmadığı,

Bu kapsamda, sağlık beyanı içerdiği değerlendirilen ve ilgili kılavuz ekinde yer almayan ifadelerin, "#UzmanMultiDestek. Yoğun geçen günlere uzmanından multi destek. İş temposunda uzmanından multi destek" ifadeleri ve "İçerdiği A, E, C, D ve B12 gibi önemli vitaminleri ile Centrum Advance 50+ normal enerji oluşum metabolizmasına metabolizmasına katkıda bulunur." ifadesinin ilgili kılavuzda belirtilen kurallara uygun olmaması ve A, E, D vitaminleri için söz konusu sağlık beyanı ifadesinin ilgili kılavuz ekinde yer almaması sebebi ile kullanımlarının uygun bulunmadığının belirtildiği,

Diğer taraftan, bahse konu ürünlere ilişkin olarak anılan internet sitesinde yer alan, "Her 1 tabletin arkasında 1 milyon saatlik araştırma." şeklindeki ifadenin ispatlanması gerektiği, ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5/1, 5/2, 5/10, 5/11, 8/1 ve 10/4 üncü maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Glaxosmithkline Tüketicisi Sağlığı Anonim şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (yzkırkyedibinyzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

65)

**Dosya No: 2024/4187**

**şikayet Edilen: Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda Anonim şirketi**

**şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Phytorelax Passiflora (*Passiflora incarnata*) ekstresi, Safran (*Crocus sativus*) ekstresi, *Rodiola (Rhodiola rosea)*, *Melisa (Melissa officinalis)* ekstresi

*içeren takviye edici gıda” adlı ürünlere ilişkin olarak muhtelif internet sitelerinde yer alan tanıtımlar*

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.12.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak <https://www.youtube.com>, <https://www.alchemlife.com.tr/phytorelax/> ve <https://www.instagram.com/> adresli internet sitelerinde, *"Phytorelax ile stresini yönet iyi hisset"* başlığına, çok sinirli bir kişinin görüntüsüne ve *"İşi hiç buralara getirmeyin Phytorelax çiğneyin. 2 gummy birden bitkisel içeriklerden oluşan Phytorelax ile sen de stresini yönet iyi hisset. Safran, Rhodiola, Melissa, Passiflora ve Lavanta bitkilerinin standardize edilmiş fitoaktif bileşenlerini içeren Phytorelax ile gününüz relax olsun.(...) Araba içerisinde trafikte kalmış stresli ve gergin birinin, önüne çok fazla dosya yığılmış olduğu halde önüne yeni dosyaların getirildiğini görüp bunalan bir çalışanın, elinde çamaşır sepeti tutarak stresli, gergin ve yorgun çalışan kadının aynı zamanda koşturan çocuklarının gösterildiği ve sonrasında hepsinin phytorelax kullandığının gösterildiği, kullandıkları ürün sayesinde stresleri ile başa çıktıkları ve mutlu oldukları"* görüntülerine yer verilerek *"Herkesin stresi farklı, çözümünü aynı. Huzurlarınızda Phytorelax strese karşı bitkisel destek. İhtiyacın olduğunda rahatlamaman için yanında. Bitkisel içeriklerden oluşan Phytorelax (...) Hayatta kalmanız stresinize bağlı" ve "Biraz stres hayatta tutar, birazdan fazlası yağ tutar (...) Phytorelax: Stres ve Kaygı Yönetiminde Bitkisel Destek. Phytorelax, doğal fitoaktif içeriklerden oluşmaktadır. İyi hissetme halini doğal olarak desteklemek üzere tasarlanmıştır. Fitoaktif® Üstün Etkinliğin Sırrı. ... AlchemLife™ Fitosötiklerinin gücünü keşfedin. Fitosötiklerimiz, titizlikle hazırlanmış standardize bitki özleri sayesinde klinik olarak test edilmiş etkinliğe sahiptir. Her partinin, etkin terapötik sonuçlar sağlayarak, güçlü biyoaktif bileşiklerin kesin ve tutarlı bir dozda bulunması garanti edilir."* şeklinde ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak <https://www.youtube.com/watch?v=dKNLIYAcVa0> ve [https://www.instagram.com/reel/Cz3ehLPofkd/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/Cz3ehLPofkd/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==) adresli internet sitelerinde, *"Phytorelax ile stresini yönet iyi hisset"* başlığına ve çok sinirli bir kişinin görüntüsüne yer verilerek *"İşi hiç buralara getirmeyin Phytorelax çiğneyin. 2 gummy birden bitkisel içeriklerden oluşan Phytorelax ile sen de stresini yönet iyi hisset. Safran, Rhodiola, Melissa, Passiflora ve Lavanta bitkilerinin standardize edilmiş fitoaktif bileşenlerini içeren Phytorelax ile gününüz relax olsun."* şeklinde ifadelerle,

<https://www.youtube.com/watch?v=xLRtS-eEJxo> adresli internet sitesinde ise *"Araba içerisinde trafikte kalmış stresli ve gergin birinin, önüne çok fazla dosya yığılmış olduğu halde önüne yeni dosyaların getirildiğini görüp bunalan bir çalışanın, elinde çamaşır sepeti tutarak stresli, gergin ve yorgun çalışan kadının aynı zamanda koşturan çocuklarının gösterildiği ve sonrasında hepsinin phytorelax kullandığının gösterildiği, kullandıkları ürün sayesinde stresleri ile başa çıktıkları ve mutlu oldukları"* görüntülerine yer verilerek *"Herkesin stresi*



*farklı, çözümünü aynı. Huzurlarınızda Phytorelax strese karşı bitkisel destek. İhtiyacın olduğunda rahatlaman için yanında. Bitkisel içeriklerden oluşan Phytorelax" şeklinde ifadelerle,*

Bununla birlikte, anılan ürünlere ilişkin olarak "alchemlifeturkey" kullanıcı adıyla <https://www.instagram.com> adresli internet sitesinde "*Hayatta kalmanız stresinize bağlı*" ve "*Biraz stres hayatta tutar, birazdan fazlası yağ tutar*" şeklinde ifadeler ile ürün görseline yer verilerek,

Firmaya ait <https://www.alchemlife.com.tr/phytorelax/> adresli internet sitesinde, "*Phytorelax: Stres ve Kaygı Yönetiminde Bitkisel Destek. Phytorelax, doğal fitoaktif içeriklerden oluşmaktadır. İyi hissetme halini doğal olarak desteklemek üzere tasarlanmıştır. Fitoaktif® Üstün Etkinliğin Sırrı... AlchemLife™ Fitosötiklerinin gücünü keşfedin. Fitosötiklerimiz, titizlikle hazırlanmış standardize bitki özleri sayesinde klinik olarak test edilmiş etkinliğe sahiptir. Her partinin, etkin terapötik sonuçlar sağlayarak, güçlü biyoaktif bileşiklerin kesin ve tutarlı bir dozda bulunması garanti edilir.*" şeklinde ifadelerle tanıtım yapıldığı,

İnceleme konusu tanıtımlara ilişkin olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından iletilen görüş yazısında, 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği doğrultusunda gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabilirdiği, gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılacak sağlık beyanları ve beyan koşullarının söz konusu Yönetmelik doğrultusunda hazırlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu eklerinde yer aldığı, kılavuz eklerinde yer almayan sağlık beyanı içerdiği değerlendirilen ifadelerin kullanılmayacağı dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin tamamının sağlık beyanı içerdiği ve kullanımının uygun olmadığı belirtilmiştir,

Diğer taraftan, "Phytorelax" ifadesinde yer alan phyto ve relax kelimelerinin Türkçe karşılığı olan "bitki, fito" ve "gevşemek, rahatlamak, endişeden/üzüntüden uzaklaşmak" anlamları dikkate alındığında, ürünün ortalama tüketici nezdinde insan psikolojisi üzerinde olumlu etkisi olan bitkisel tıbbi ürün algısı oluşturduğu, bu çerçevede firmaya ait ürün adının tüketicileri aldatici ve yanlış yönlendirici mahiyet taşıdığı değerlendirilmiş olup, dolayısıyla anılan tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5/1, 5/2, 5/10, 5/11, 8/1 ve 10/4 üncü maddeleri,
- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun 24/3 üncü maddesi,
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7 nci maddesi,

- 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alchem Europe İlaç Kozmetik Gıda Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

66)

**Dosya No: 2024/4188**

**Şikayet Edilen: Reckitt Benckiser Temizlik Malzemesi Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "GAVIDigest" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak İstanbul İli'nde bulunan Metropol AVM'de gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer

**Tespitler:** Firmaya ait "GAVIDigest" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak İstanbul İli'nde bulunan Metropol AVM'de beyaz önlük giyen biri tarafından ürünün tanıtımı yapıldığı ve söz konusu tanıtımlarda, "*GAVIDIGEST'LE İÇİNİZ RAHAT. Bu materyal sadece sağlık meslek mensuplarına özel iletişim için üretilmiştir. Dış kullanıma uygun değildir.*" şeklinde ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "GAVIDigest" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak İstanbul İli'nde bulunan Metropol AVM'de beyaz önlük giyen biri tarafından ürünün tanıtımı yapılarak tüketiciler nezdinde doğrudan sağlık mesleği mensubu tarafından ürünün tavsiye edildiği algısının yaratıldığı,

Bununla birlikte, anılan ürüne ilişkin olarak halka açık bir alanda dağıtılan broşürlerin altında "*Bu materyal sadece sağlık meslek mensuplarına özel iletişim için üretilmiştir. Dış kullanıma uygun değildir.*" ifadesine yer verildiği dolayısıyla ortalama tüketicide ürünün ilaç yahut münhasıran eczanelerde satılması gereken tıbbi ürün olduğuna dair bir yanılgıya sebep olabileceği,

Diğer taraftan, "GAVIDigest" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak söz konusu tanıtımlarda "*GAVIDIGEST'LE İÇİNİZ RAHAT*" şeklinde ifadelerle tanıtım yapıldığı,

İnceleme konusu tanıtımlara ilişkin olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından iletilen görüş yazısında, 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği doğrultusunda gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabildiği, gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılabilecek sağlık beyanları ve beyan koşullarının söz konusu Yönetmelik doğrultusunda hazırlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu eklerinde yer aldığı, kılavuz eklerinde yer almayan sağlık beyanı içerdiği değerlendirilen ifadelerin kullanılmayacağı, dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan "GAVIDIGEST'LE İÇİNİZ RAHAT" ifadesinin sağlık beyanı içerdiği ve kullanımının uygun olmadığı belirtilmiştir, dolayısıyla anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup, Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5/1, 5/2, 5/10, 5/11, 8/1 ve 10/4 üncü maddeleri,

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

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

- 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Reckitt Benckiser Temizlik Malzemesi Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzseksen yedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

67)

**Dosya No: 2024/4246**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mobil uygulamada yer alan "Gurme Box'ta ilk siparişinize 25 TL indirim!" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.07.2023 - 03.01.2024

## **Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** Firmaya ait mobil uygulamada yer alan "*Gurme Box'ta ilk siparişinize 25 TL indirim!*" başlıklı reklamların ana görselinde, "*GetirYemek'ten vereceğiniz İlk Gurme Box siparişine 25 TL indirim! GetirYemek'ten vereceğin 100 TL ve üzeri ilk Gurme Box siparişine 25 TL indirim!*" ifadelerine yer verildiği, kampanya görseline tıklandığında kampanya koşullarına yönlendirme yapıldığı, kampanya koşulları arasında, "*GetirYemek'ten Restoran Getirsin teslimat seçeneği ile vereceğin 100 TL üzeri ilk Gurme Box siparişine 25 TL uygulanır. - Bu kampanya sana ve şu an bulunduğunuz yere özeldir. -Bu kampanya sadece Restoran Getirsin1 siparişinde 'online ödeme'de geçerlidir. -Örnek durumlar aşağıdaki gibidir, -Örnek 1: Sepet 115 TL => 100 TL ödenir. Örnek 2; Sepet 125 TL => 100 TL ödenir. Örnek 3: Sepet 160 TL => 135 TL ödenir. -Sipariş üst limiti yoktur. - İndirim miktarı 'Sipariş Ver' ekranında sepetinden otomatik olarak düşecektir, -Kampanya 1 kullanım için geçerlidir. -Başka kampanya ile birleştirilemez. Bu kampanya kullanımından sonra geçerli diğer kampanyalar kullanılabilir. -GetirYemek, kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar."* şeklinde kampanya katılım koşul ve şartlarının açıklandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait mobil uygulamada yer alan "*Gurme Box'ta ilk siparişinize 25 TL indirim!*" başlıklı reklamların ana görselinde, "*GetirYemek'ten vereceğiniz İlk Gurme Box siparişine 25 TL indirim! GetirYemek'ten vereceğin 100 TL ve üzeri ilk Gurme Box siparişine 25 TL indirim!*" ifadelerine yer verildiği, kampanya görseline tıklandığında kampanya koşullarına yönlendirme yapıldığı, kampanya koşulları arasında; "*GetirYemek'ten Restoran Getirsin teslimat seçeneği ile vereceğin 100 TL üzeri ilk Gurme Box siparişine 25 TL uygulanır. - Bu kampanya sana ve şu an bulunduğunuz yere özeldir. -Bu kampanya sadece Restoran Getirsin1 siparişinde 'online ödeme'de geçerlidir. - Örnek durumlar aşağıdaki gibidir, -Örnek 1: Sepet 115 TL => 100 TL ödenir. Örnek 2; Sepet 125 TL => 100 TL ödenir. Örnek 3: Sepet 160 TL => 135 TL ödenir. -Sipariş üst limiti yoktur. - İndirim miktarı 'Sipariş Ver' ekranında sepetinden otomatik olarak düşecektir, -Kampanya 1 kullanım için geçerlidir. -Başka kampanya ile birleştirilemez. Bu kampanya kullanımından sonra geçerli diğer kampanyalar kullanılabilir. -GetirYemek, kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar."* şartlarının olduğu, ancak kampanya koşullarında yer alan "*Örnek 1: Sepet 115 TL => 100 TL ödenir."* ifadesi ile sepet tutarının 115 TL olduğu durumda yalnızca 15 TL indirim uygulanacağı belirtilmediği, tüketicinin 25 TL indirimden yararlanabilmesi için sepetine 125 TL değerinde ürün eklemesi gerektiği, dolayısıyla kampanya kapsamında yapılacak indirim tutarı konusunda çelişkili ifadelerle yer verildiği bu nedenle anılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu mobil uygulamada yer alan indirimli satış kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtilmesi gerektiği halde söz konusu reklamlarda bu hususların belirtilmediği, dolayısıyla da anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 13/1, 14/1, 14/2, 14/3, 18/1, 18/2, 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 maddeleri uyarınca **347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

68)

**Dosya No: 2024/4247**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mobil uygulamada yer alan "*Seçili atıştırmalık, su ve içeceklerin 2. 'si %50 indirimli!*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.12.2023 – 20.12.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait mobil uygulamada yer alan "*Seçili atıştırmalık, su ve içeceklerin 2. 'si %50 indirimli!*" başlıklı reklamların ana görselinde, "*Yeni Yıl Mutluluğu. Kampanyadan faydalanabilmek için seçili ürünlerden en az 2 adet sepetine eklemelisin*" ifadelerine yer verildiği, kampanya görseline tıklanıldığında 2.'si %50 indirimli satışa sunulduğu vaat edilen kampanyaya dahil ürünlerin listelendiği sayfaya yönlendirme yapıldığı, kampanya koşulları arasında; "*Seçili ürün siparişine 2'si % 50 indirimli!*"

*-Kampanyadan faydalanmak için minimum sepet tutarını geçmen, en az 2 adet seçili aynı ürününden sepetinize eklemen gerekmekte olup "Sipariş Ver" aşamasında bu kampanyayı seçmene gerek yoktur. - Her siparişinizde yalnızca 1 ürüne İndirim uygulanır. -İndirim miktarı ödeme ekranında sepetinizden otomatik olarak düşecektir. -Kampanya stoklarla sınırlıdır. -Bu kampanya sana ve bulunduğun yere özeldir. -Getir, kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar."* şeklinde kampanya katılım koşul ve şartlarının açıklandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait mobil uygulamada yer alan "*Seçili atıştırmalık, su ve içeceklerin 2. 'si %50 indirimli!*" başlıklı reklamlarda, 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.

69)

**Dosya No: 2024/4194**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mobil uygulamada yer alan "Getirsu" bölümündeki "*Hayat siparişini ver, değişim ücreti ödeme!*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.12.2023 – 15.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait mobil uygulamada yer alan "Getirsu" bölümündeki tanıtımlarda, "*Hayat siparişini ver, değişim ücreti ödeme! Değişim ücreti yok.*" şeklinde ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait mobil uygulamada yer alan "Getirsu" bölümündeki tanıtımlarda "*Hayat siparişini ver, değişim ücreti ödeme! Değişim ücreti yok.*" şeklinde ifadeler yer verilmesine istinaden söz konusu kampanyadan faydalanmak için sipariş vermek isteyen tüketiciye ödeme ekranında "20 TL Değişim Ücreti" ibaresinin gösterildiği dolayısıyla anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olduğu, dolayısıyla anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 13/1 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 maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

70)

**Dosya No: 2024/3578**

**Şikayet Edilen: Panagro Tarım Hayvancılık Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Torku Hurmalı Süt" isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda, firma tarafından piyasaya arz edilen ve [https://www.a101.com.tr/kapda/ramazan/torku-hurmal-sut-1-lt\\_p-12003244](https://www.a101.com.tr/kapda/ramazan/torku-hurmal-sut-1-lt_p-12003244) URL adresli internet sitesinde satışı yapılan "Torku Hurmalı Süt" isimli ürüne ilişkin "hurma" görseli ve "*Hurmalı Süt*" ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından piyasaya arz edilen ve [https://www.a101.com.tr/kapda/ramazan/torku-hurmal-sut-1-lt\\_p-12003244](https://www.a101.com.tr/kapda/ramazan/torku-hurmal-sut-1-lt_p-12003244) URL adresli internet sitesinde satışı yapılan "Torku Hurmalı Süt" isimli ürünün içeriğinde çeşni maddesi olarak yüzde bir oranında hurma suyu konsantresi bulunmasına karşın, ürün içeriğinde yüksek oranda hurma ve/veya hurma ile ilişkili ürün bulunduğu algısı oluşturacak şekilde ürün ambalajının her iki yüzeyinin büyük bölümünü kaplayacak şekilde hurma görseline yer verilerek gerçekleştirilen reklamların, ürünün olduğundan çok daha yüksek miktarda hurma ve/veya hurma ile ilişkili bileşen içerdiği algısı oluşturması dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a, 7/1-a, 7/4 ve 25/1-b maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Panagro Tarım Hayvancılık Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

71)

**Dosya No: 2024/3568**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "Berona" markalı ürünlere yönelik ürün ambalajında yer alan görsel ve ifadeler

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.09.2022

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, firma tarafından piyasaya arz edilen "Berona" markalı ürünlere yönelik ürün ambalajında İtalyan bayrağı, İtalya fiziki haritası ve "*Italia Quality*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Yeni Mağazacılık A.Ş. tarafından satışı gerçekleştirilen "Berona" markalı ürünlerin ambalajında, "Italia Quality" ibaresine, İtalya fiziki haritasına ve İtalya bayrağına yer verilerek tanıtımlar gerçekleştirildiği, ancak söz konusu ürünlerin Acarsan Makarna Un Gıda San. ve Tic. A.Ş. tarafından Gaziantep'te, firma adına üretildiği, söz konusu ürünlere ilişkin tanıtımlarda yukarıda yer alan tüm hususlar göz önünde bulundurulduğunda tüketiciler nezdinde söz konusu ürünlerin İtalyan markası ve/veya ithal ürünler olduğu algısı oluşturduğu, bu sebeple de tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyette olduğu şeklinde değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a, 7/1-a, 7/2 ve 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,



Buna göre, mecra kuruluşu **Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzsekseneditürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

72)

**Dosya No: 2024/4343**

**Şikayet Edilen: NS Sezgin Oto. Gıda Tar. İnş. Tur. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "Sezgin NS" markalı ürünlere yönelik gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.02.2024, 25.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, <https://www.sezginns.com.tr> URL adresli internet sitesinin 25.03.2024 tarihli görünümünde, "Sezgin NS" markalı ürünlere ilişkin "*Naturel Sızma Zeytinyağı*" ve "*Extra Virgin Olive Oil*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; NS Sezgin Oto. Gıda Tar. İnş. Tur. Nak. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından <https://www.sezginns.com.tr> URL adresli internet sitesinde, "Sezgin NS" markalı ürünlere ilişkin "*Naturel Sızma Zeytinyağı*" ve "*Extra Virgin Olive Oil*" ifadelerine yer verilerek gerçekleştirilen reklamlarda, firma tarafından gönderilen analiz raporlarının incelenmesi ve ilgili makamlardan söz konusu ürünlerin zeytinyağı sınıfında olduğuna yönelik onay alınması dolayısıyla tüketiciyi yanıltıcı ve aldatıcı herhangi bir husus olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

73)

**Dosya No: 2024/3262**

**Şikayet Edilen: Karya Hayvancılık Tarım Gıda İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, "Milas Bereketi" markalı ürüne yönelik firmanın sosyal medya hesabı ve internet sitesinde gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.02.2024

## Yayınlandığı Mecra: İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, firmanız tarafından <https://www.instagram.com/milasbereketi/?hl=en> URL adresli sosyal medya hesabı ve <https://www.milasbereketi.com/zeytinyagi> URL adresli internet sitesinde, “Milas Bereketi” markalı ürüne yönelik “*Milas, Naturel, Sızma, Soğuk Sıkım*” ve “*Milas Zeytinyağı Avrupa Birliği Coğrafi İşaret Etiketini Alan İlk ve Tek Zeytinyağıdır.*” ifadeleri kullanılarak reklamlar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından <https://www.instagram.com/milasbereketi/?hl=en> URL adresli sosyal medya hesabı ve <https://www.milasbereketi.com/zeytinyagi> URL adresli internet sitesinde “Milas Bereketi” markalı ürüne yönelik; “*Milas, Naturel, Sızma, Soğuk Sıkım*” ve “*Milas Zeytinyağı Avrupa Birliği Coğrafi İşaret Etiketini Alan İlk ve Tek Zeytinyağıdır.*” ifadelerine yer verilerek reklamlar gerçekleştirildiği, bu çerçevede Bakanlığın firmandan istediği bilgi, belge ve görüş isteme yazısına cevap olarak gönderilen ilgili yazı incelenmiş olup anılan reklamlarda kullanılan “*Milas Zeytinyağı Avrupa Birliği Coğrafi İşaret Etiketini Alan İlk ve Tek Zeytinyağıdır.*” ifadesinin, Milas coğrafi işareti içeren tanıtımlar olduğu, coğrafi işaret tesciline ilişkin karar verici otoritenin Türk Marka ve Patent Kurumu olduğu, söz konusu ürüne yönelik coğrafi işaret tescili almak amacıyla başvurulmuş olunmasına rağmen, ilgili Kurumdan Milas Zeytinyağı coğrafi işareti tescili alınmadan bahsi geçen ürünün tanıtımlarında Milas Zeytinyağı coğrafi işaretine ilişkin ifadeler kullanılması halinin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelik taşıdığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,
- Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Pirina Yağ Tebliği'nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c ve 5/1-d maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/2, 9/5, 12/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Karya Hayvancılık Tarım Gıda İnşaat 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.

74)

**Dosya No: 2024/2625**

**Şikayet Edilen: Ömer Faruk ELİK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından “Sude Life” markalı ürünlere yönelik gerçekleştirilen reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından, <https://www.instagram.com/sifadiyaricom/> URL adresli “sifadiyaricom” isimli sosyal medya hesabı tarafından yapılan <https://www.instagram.com/p/Cyk8S2zi2N0/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde, “Gilaburu Nektarı” isimli ürüne dair; “*Böbrek taşı şikâyeti olanların ilk tercihi gilaburu nektarı stoklarımızda. Yüksek tansiyon dengelemeye yardımcıdır. Ödem ve şişkinliği azaltır.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/CyYPszoIbbp/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Keçiboynuzu Pekmezi” isimli ürüne dair; “*Sindirim sistemini düzenlemeye yardımcı olabilir ve kabızlık sorunlarına karşı destekleyici olabilir.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/CyORD-3ogMP/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Kozalak Macunu” isimli ürüne dair; “*Üst solunum yolu rahatsızlıkları. Sindirim sistemi rahatsızlıkları. Boğaz ağrısı, öksürük ve sayısız şifa kaynağı.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/CyBkNNmouVP/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Biberiye” isimli ürüne dair; “*Bakteri ve enfeksiyonlar üzerinde etkili olan biberiye çayı, güçlü bir antioksidandır.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/Cxxj4botUbw/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Kozalak Pekmezli Macun” isimli ürüne dair; “*Kozalak macunu kan basıncı düzenler. Kan akışının hızlanmasına yardımcı olur. Hücre içinde toplanan ve sağlığa olumsuz etkileri olan plakların ve atıkların temizlenmesinde yardımcı olur.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/CxIT023Ncw/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Kekik Suyu” isimli ürüne dair; “*Vücudun bağışıklık sistemini destekleyerek vücudu hastalıklara karşı korur. Kanseri hücrelerinin oluşumunu engellemeye yardımcı kekik suyu, aynı zamanda oluşan tümör hücrelerinin yayılmasını önler.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/Cxk421uNcNG/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Karadur Özü” isimli ürüne dair; “*Hücre yenilenmesini sağlar. Sindirim sistemi*

*sorunlarına iyi gelir. Özellikle mide ve bağırsak problemlerinin giderilmesine yardımcı olur.”* şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/CxdhP-dNPDd/> URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Udi Hindi Yağı” isimli ürüne dair; *“İltihabı azaltır. Sindirim sistemini destekler. Bağışıklık sistemini güçlendirir.”* şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/CxdHduutwMh/> / URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Alıç Sirkesi” isimli ürüne dair; *“Damar sertliğini giderme özelliğine sahiptir.”* şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/CxTdIZINF-f/> / URL adresli paylaşımın 20.11.2023 tarihli görünümünde “Aspir Yağı” isimli ürüne dair; *“Vücutta biriken fazla yağları eritmek için yardımcıdır. Metabolizmayı hızlandırır. Damar sertliğini engellemeye yardımcı olur. Kolesterol ve yağ şekerini dengelemeye çalışır.”* şeklinde,

Ayrıca, <https://sifadiyari.com/aclik-otu-40-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Açlık Otu” isimli ürüne dair; *“Bu özellikler sayesinde, iltihaplı durumları hafifletmeye yardımcı olabilir. Sindirim problemlerini hafifletebilir ve mide rahatsızlıklarını azaltabilir. Kan şekeri seviyelerini dengeleyici özellikleri olabileceği düşünülmektedir. Bu, şeker hastalığı yönetimine yardımcı olabilir.”* şeklinde,

<https://sifadiyari.com/ada-cayi-30-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Ada Çayı” isimli ürüne dair; *“Antioksidanlar içerir. Antioksidanlar, vücutta serbest radikalleri nötralize ederek hücrel hasarı azaltabilir ve bağışıklık sistemini güçlendirebilir. İltihaplanma durumlarını hafifletmeye ve vücuttaki iltihabı azaltmaya yardımcı olabilir.”* şeklinde,

<https://sifadiyari.com/alic-cicegi-35-gr/> / URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Alıç Çiçeği” isimli ürüne dair; *“Kalp sağlığı, kan basıncını düzenleme, mide sağlığını iyileştirme.”* şeklinde,

<https://sifadiyari.com/aci-badem-yagi-50-ml/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Acı Badem Yağı” isimli ürüne dair; *“İçilerek tüketildiğinde sindirim sağlığında etkindir. Metabolizmayı hızlandırır, bağırsak ve böbrek hareketlerini artırır. Bu sayede kabızlık, toksin birikmesi gibi durumların önüne geçer.”* şeklinde,

<https://sifadiyari.com/aspir-yagi-50-ml/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Aspir Yağı” isimli ürüne dair; *“Bağışıklık sistemini destekleme. Sindirim sistemi sağlığına katkı. İdrar sistemi sağlığı.”* şeklinde,

<https://sifadiyari.com/biberiye-yagi-20-ml/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Biberiye Yağı” isimli ürüne dair; *“Sindirim sisteminin düzenlenmesine yardımcı olabilir ve mide rahatsızlıklarını hafifletebilir. Antioksidanlar içerir ve serbest*

*radikallere karşı savaşarak hücrenel hasarı azaltabilir. Solunum yolu rahatsızlıklarını hafifletebilir ve öksürüğü azaltabilir.” şeklinde,*

<https://sifadiyari.com/corek-otu-yagi-250-ml/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Çörek Otu Yağı” isimli ürüne dair; “Çörek otu yağı bağışıklık hücrelerin sayısını artırarak grip, soğuk algınlığı ve hatta virüslere karşı koruma sağlayabilir, çörek otunun en önemli bileşeni olan timokinonun bağışıklığı destekleyici özelliğı daha fazla antikor oluşmasına yardım etmektedir.” şeklinde,

<https://sifadiyari.com/hurma-ozu-700-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Hurma Özü” isimli ürüne dair; “Hurma özü, lif bakımından zengindir. Lif, sindirim sistemi sağılığı için önemlidir ve sindirim sürecini düzenleyerek kabızlık gibi sorunları azaltmaya yardımcı olabilir. Lif içeriğı sayesinde hurma özü, kabızlık sorunlarına karşı destekleyici olabilir ve bağırsak hareketliliğini artırabilir.” şeklinde,

<https://sifadiyari.com/hurma-pekmezi-800-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Hurma Pekmezi” isimli ürüne dair; “Demir minerali açısından zengindir. Demir, vücutta oksijen taşıyan kırmızı kan hücrelerinin yapımında ve işlevinde önemli bir rol oynar. İçerdiği vitamin ve mineraller sayesinde hurma pekmezi, bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olabilir. Lif açısından zengin olması nedeniyle hurma pekmezi, sindirim sistemini düzenleyebilir ve kabızlık sorunlarına yardımcı olabilir.” şeklinde,

<https://sifadiyari.com/karadut-ozu-700-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Karadut Özü” isimli ürüne dair; “Antioksidanlar açısından zengindir. Antioksidanlar vücuda zararlı serbest radikallerle savaşarak hücrenel hasarı azaltabilir ve kronik hastalıklara karşı koruyucu etki sağlayabilir. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olabilir ve enfeksiyonlara karşı vücudu koruyabilir. Kan şekerini dengelemeye yardımcı olabilir. İçeriğindeki lifler ve doğıal şekerler, kan şekeri seviyelerini kontrol etmede etkili olabilir.” şeklinde,

<https://sifadiyari.com/karadut-pekmezi-800-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Karadut Pekmezi” isimli ürüne dair; “Antioksidanlar açısından zengindir. Antioksidanlar vücutta serbest radikallerin neden olduğı hasarı azaltabilir, bağışıklık sistemini güçlendirebilir ve hücrenel yaşlanmayı yavaşlatabilir. Demir, vücutta kırmızı kan hücrelerinin üretiminde önemli bir rol oynar ve anemi riskini azaltabilir.” şeklinde,

<https://sifadiyari.com/alic-sirkesi-500-ml/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Alıç Sirkesi” isimli ürüne dair; “Sindirimi düzenlemeye ve bağırsak sağılığını desteklemeye yardımcı olabilir. Alıç sirkесinin anti-inflamatuar özellikler içerdığı ve iltihaplanmayı azaltabileceğı iddia edilir.” şeklinde,

<https://sifadiyari.com/dogal-nar-eksisi-350-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Doğıal Nar Ekşisi” isimli ürüne dair; “Antioksidanlar açısından zengindir. Bu, vücuttaki serbest radikallerle savaşarak hücrenel hasarı azaltabilir ve genel sağılığı

*destekleyebilir. İçerdiği antioksidanlar sayesinde iltihaplanma süreçlerini azaltabilir. Bu özellik, iltihaplı durumlarla ilişkili rahatsızlıklara karşı koruyucu olabilir. Bazı araştırmalar, nar ekşisinin kolesterol seviyelerini düşürebileceğini ve kalp sağlığını destekleyebileceğini öne sürmektedir.” şeklinde,*

<https://sifadiyari.com/dogax-kara-murver-ekstrakti-surup-350-gr/> URL adresli internet sitesinin 20.11.2023 tarihli görünümünde “Doğax Kara Mürver Ekstraktı” isimli ürüne dair; “Kara mürver şurubu, soğuk algınlığı ve grip belirtilerini hafifletmeye yardımcı olabilir, boğaz tahrişi, öksürük ve burun tıkanıklığı gibi semptomları hafifletebilir.” şeklinde ifadeler kullanılarak reklamlar gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından <https://www.instagram.com/sifadiyaricom/> URL adresli “sifadiyaricom” isimli sosyal medya hesabında, “Tespitler” kısmında belirtilen ifadeler kullanılarak gerçekleştirilen reklamlarda, ilgili ürünlerin; insan fizyolojisi ve metabolizmasında değişiklik meydana getirerek yukarıda bahsi geçen rahatsızlıkları tedavi ettiği veya bu rahatsızlıkların tedavi sürecine yardımcı olduğu, ayrıca; söz konusu ürünlerin, insan vücudunda meydana gelebilecek bazı rahatsızlıkların oluşmasını engellediği ve bu hastalıklardan koruduğuna yönelik endikasyon belirten, sağlık beyanı içeren ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanıldığı; bu çerçevede söz konusu ürünlerin yukarıda belirtilen rahatsızlıkları tedavi eden bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği'nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 5/10-a, 5/10-b, 5/10-c, 5/10-ç, 6/2, 8/1-a ve 10/4 üncü maddeleri,
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 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, 5/1-ç, 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/2, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna karar verilmiştir.

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

75)

**Dosya No: 2024/3291**

**Şikayet Edilen: Beralife Tıbbi Aromatik Bitki Gıda Kozmetik Üretim ve Pazarlama Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "https://www.instagram.com/beralifearomatikyaglar/URL" adlı internet sitesi üzerinden yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/beralifearomatikyaglar/URL adresli internet sitesinin 04.04.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, "Kozalak şurubu, astım ve bronşit ve Koah gibi hastalıklarda ciddi bir etkiye sahiptir. Akciğerlerin temizlenmesine yardımcı olur. Kozalak şurubu; bağışıklık sistemini güçlendirir, vücudu hastalıklara karşı korur. Mikroplara karşı vücudun dinç kalmasını sağlar. Metabolizmayı düzene sokar, uyku sorunlarının önüne geçer. Karaciğer yağlanmasına ve birçok karaciğer sorununa iyi gelir. Kan şekerini dengeler. Kan dolaşımını hızlandırır. Metabolizmayı hızlandırır. Kilo verme sürecine destek olur. Doğal bir idrar söktürücüdür. Kötü kolesterolü düşürür. Gaz şikâyetlerine ve hazımsızlığa iyi gelir. Safra kesesini ve karaciğeri temizler. Ödem atılmasında faydalıdır, iyi bir idrar söktürücüdür. Böbrek taşı ve böbrek kumunun dökülmesine katkıda bulunur. Zayıflamaya destek olarak diyetisyenler tarafından tavsiye edilmektedir. İdrar yolları enfeksiyonuna karşı faydalıdır. Adet öncesi sorunlarda. Anne sütü artırıcıdır. Beyaz akıntı, enfeksiyon, kaşıntı durumlarında kullanılır. Gebe kalamama durumlarında kullanılır. Hipofiz bezi üzerindeki etkileri ile hormonların dengelenmesini sağlar. İç ve dış hemoroitlerde de kullanılır. İdrar söktürücü ve ödem atılımı da sağlar. Kadınlarda stres sorunlarında da kullanılır. Zayıflamak isteyenler kilo verme sürecinde mate çayını tüketebilir, zayıflamaya yardımcı olur. Stresi azaltır, rahatlatma sağlar. Sindirim sistemini düzenlemeye yardımcı olur. İdrar sökücüdür. Metabolizmanın daha hızlı çalışmasına yardımcı olur. Reflü. Gastrit. Ülser. Mide yanması. Şişkinlik gibi rahatsızlıklarda günde 2 defa aç karnına bir tatlı kaşığı kullanılır. Sindirim sisteminin fonksiyonlarını düzenler. Mide, bağırsakla ilgili rahatsızlıkları önler ve tedavisinde yardımcı olur. Ülser, kolit, gastrit, reflü, kabızlık, hazımsızlık, bağırsak tembelliği gibi sorunları gidermek için tüketilir. Mide ve bağırsakta bakteri üremesini önler, sindirim sistemi enfeksiyonlarını tedavi eder. Kan şekerini dengeleme konusunda da vücuda yardımcı oluyor. Kolesterolün dengelenmesinde de etkileri olan deve dikenini özellikle yüksek kötü kolesterole düşürücü bir etki oluşturabiliyor. İleri yaşlarda görülebilen Alzheimer ve Parkinson gibi hastalıklara karşı da koruyucu bir etki oluşturduğu söyleniyor. Sinüzit tedavisinde etkindir. Mide bulantılarının ve mide ağrılarının bir numaralı ilacıdır. Kanseri hücreleri ile savaşır. Erken menopoza neden olan etkenleri ortadan kaldırmaya yardımcıdır. Stres gibi nedenlerle meydana gelen sinir ve gerginliği azaltır. Şeker hastalarına faydaları bilinmektedir. Demans, Alzheimer, Otizm gibi rahatsızlıkların semptomlarını azaltır. Zihinsel performansı

*geliştirebilir. Ginkgo Biloba kaygıyı azaltabilir. Depresyon tedavisinde etkilidir. Göz sağlığını ve görme yetisini artırır. Baş ağrısı ve migreni tedavi edebilir. Astım ve KOAH semptomlarını iyileştirebilir. Adet öncesi semptomları azaltır. Cinsel işlev bozukluğunu tedavi eder. Sperm kalitesini ve sayısını artırır. Testosteron hormonunu dengeler. Kolesterol seviyesini dengeler. Prostat rahatsızlığı olanlar için iyi bir destektir."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; mezkur internet sitelerinde tanıtım ve satışa sunulmakta olan ürünün hastalıkların tedavisine ilişkin faydalarından bahsedilerek bu hastalıkların tedavisinde müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı, ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

Bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerini tedavi ettiği veya anılan ürünün bu hastalıkların tedavisinde fayda sağladığı izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürün söz konusu tanıtımda belirtilen iddiaları ispatlar nitelikte ise, bu durumda "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, hal böyle iken "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5 inci maddesi,
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7 nci maddesi,
- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nin (Tebliğ No: 2013/49) 13 üncü maddesi,
- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun 23/2 ve 24/3 üncü maddeleri,



- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 8, 9/1, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beralife Tıbbi Aromatik Bitki Gıda Kozmetik Üretim ve Pazarlama Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

76)

**Dosya No: 2024/4338**

**Şikayet Edilen: Enafarma Sağlık Ürünleri İmalat ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "<https://www.enafarma.com.tr/baybay-night/URL>" adlı internet sitesi üzerinden yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.enafarma.com.tr/baybay-night/URL> adresli internet sitesinin 15.11.2023 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, "*Ürünün içeriğindeki doğal melisa, ihlamur ve papatya bitki özleri sinerjik bileşimi yüksek etkinlik sağlayarak orta ve güçlü aktiviteleri ile sirkadiyen ritmin düzenlenmesine destek sağlar.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; mezkur internet sitelerinde tanıtım ve satışa sunulmakta olan ürünün hastalıkların tedavisine ilişkin faydalarından bahsedilerek bu hastalıkların tedavisinde müspet fayda sağladığına yönelik dolaylı yoldan yönlendirme yapıldığı, ortalama tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda, fayda ve özellikleri açıklanan ürünün, açıklamalarda yer verilen müspet etkileri ve endikasyonları sağlayacağına dair bir izlenim oluşturulduğu ve bu hususun tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebilecek mahiyette olduğu,

Bahse konu tanıtımlarda, söz konusu ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerini tedavi ettiği veya anılan ürünün bu hastalıkların tedavisinde fayda sağladığı izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürün söz konusu tanıtımda belirtilen iddiaları ispatlar nitelikte ise, bu

durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, hal böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5 inci maddesi,
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7 nci maddesi,
- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nin (Tebliğ No: 2013/49) 13 üncü maddesi,
- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun 23/2 nci ve 24/3 üncü maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 8, 9/1, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

77)

**Dosya No: 2024/3133**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Gürsel Mah. Divriği Cad. No:22 / 1-2-3-4 Kangal / Sivas adresinde bulunan market mağazasında yayımlanan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** 21.02.2024 tarihli raf ilanında, "Ultra Lezzetim şekerpare" adlı ürünün 28,00-TL olan fiyatının üzeri çizilerek 19,00-TL'ye düştüğünün belirtildiğı ve söz konusu ürüne yönelik olarak "*Ultra Lezzetim şekerpare 1 Alana 2. Bedava*" ifadesine yer verildiğı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Gürsel Mah. Divriğı Cad. No:22 / 1-2-3-4 Kangal/Sivas adresinde bulunan şok Market adlı mağazada yayımlanan 21.02.2024 tarihli raf ilanında "*Ultra Lezzetim şekerpare 1 Alana 2. Bedava*" ifadelerine yer verilerek "Ultra Lezzetim şekerpare" adlı ürünün 28,00-TL olan fiyatının üzeri çizilerek 19,00-TL'ye düştüğü belirtilmesine rağmen söz konusu ürünün kasada indirimsiz fiyattan satıldığı ve reklam vaadinde yer alan ikinci ürün bedava uygulamasının uygulanmadığının tespit edildiğı, dolayısıyla bahse konu reklamın gerçeğı yansıtmadığı ve tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğı'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13/1, 14/1, 14/2, 14/3, 15/1-a, 15/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğına,

Buna göre, reklam veren **şok Marketler Ticaret Anonim şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzseksenyeği Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir

78)

**Dosya No:** 2024/4137

**şikayet Edilen:** Seyhanlar Gıda Tekstil Triko ve Otomotiv Sanayi Ticaret Limited şirketi

**şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Grosper adlı marketlere ilişkin olarak yayımlanan "*30. Yılıma Özel Bahar şenliklerimize Davetlisiniz*" başlıklı 08-20.05.2024 tarihli broşürde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.05.2024-20.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** "30. Yılımıza Özel Bahar Şenliklerimize Davetlisiniz" başlıklı broşürde "8 – 20 Mayıs 2024 Tarihleri Arasında Geçerlidir", "30. Yılımıza Özel İndirimler" ifadelerine, muhtelif ürün görsellerine ve fiyatlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Grosper adlı marketlere ilişkin olarak yayımlanan "30. Yılımıza Özel Bahar Şenliklerimize Davetlisiniz" başlıklı 08-20.05.2024 tarihli broşürde yer alan reklamlarda, "30. Yılımıza Özel İndirimler" ifadesine, muhtelif ürün görsellerine ve fiyatlarına yer verildiği, ancak indirim yapıldığı belirtilen söz konusu ürünlerin indirim öncesi fiyatlarına yer verilmediği, bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 14 üncü maddesinin indirimli satış reklamlarında indirimden önceki fiyat, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile satışa sunulan mal sınırlı ise bu miktarın yazılması gerektiği yönündeki hükmüne aykırı olduğu, aynı zamanda bahse konu reklamlarda satışa sunulan ürünlerin indirimden önceki fiyatının yer almamasının, tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek bir durum olması nedeniyle tüketicileri yanıltıcı olacağı 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, 14/1, 14/2, 14/3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Seyhanlar Gıda Tekstil Triko ve Otomotiv Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzseksen yedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir

79)

**Dosya No: 2024/3636**

**Şikayet Edilen: Ortaks Eğitim Gıda Turizm ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Utku Mah. İzmir 1-2 Cad. Ortac Apt. No: 1A Şehzadeler/Manisa adresinde bulunan "Akdeniz Ateşi" adlı restorana yönelik "Açılışa Özel Dürüm 1 Alana 1 Bedava" başlıklı broşürde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** "*Akdeniz Ateşi Akdenizden Gelen Sıcak Lezzetler*" başlıklı kampanya broşüründe "*Açılışa Özel Dürüm 1 Alana 1 Bedava*" ve "*Ramazan Ayı Boyunca 1 Alana 2. Dürüm %50 İndirim*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından tanıtımı yapılan "*Akdeniz Ateşi Akdenizden Gelen Sıcak Lezzetler*" başlıklı kampanya broşüründe "*Açılışa Özel Dürüm 1 Alana 1 Bedava*" ve "*Ramazan Ayı Boyunca 1 Alana 2. Dürüm %50 İndirim*" ifadelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımlara istinaden 06.03.2024 tarihinde firmaya ait Utku Mah. İzmir 1-2 Cad. Ortac Apt. No: 1A Şehzadeler/Manisa adresinde bulunan "*Akdeniz Ateşi*" adlı restorana giderek "*Dürüm 1 Alana 1 Bedava*" kampanyasından faydalanmak isteyen tüketiciye anılan kampanyanın sona erdiğinin ifade edildiği, söz konusu tanıtımlarda yer alan kampanyaya yönelik herhangi bir istisna bilgisine ve kampanyanın geçerli olduğu tarih aralığına ilişkin herhangi bir bilgiye yer verilmediği, dolayısıyla bahse konu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ortaks Eğitim Gıda Turizm ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzsekseneyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

80)

**Dosya No: 2024/3095**

**Şikayet Edilen: Maya Grup Restoran İşletmeleri Turizm ve Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com.tr adresli internet sitesinde firmaya ait "pizzailfornotr" adlı sosyal medya hesabı üzerinden yayımlanan "*Her Salı İkinci Makarna Bedava*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** Şubat 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com.tr adresli internet sitesinde Şubat 2024 tarihinde firmaya ait "pizzailfornotr" adlı sosyal medya hesabı üzerinden yayımlanan reklamlarda, "*Her Salı İkinci Makarna Bedava*" ve "*İkinci Bedava*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.instagram.com.tr adresli internet sitesinde Şubat 2024 tarihinde "pizzailfornotr" adlı sosyal medya hesabı üzerinden yayımlanan reklamlarda, "*Her Salı İkinci Makarna Bedava*" ve "*İkinci Bedava*" ifadelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımlara istinaden anılan kampanyadan yararlanmak isteyen başvuru sahibi tüketicinin yanında bulunan bir kişiyle beraber 20.02.2024 tarihinde firmaya ait Oran Mah. Kudüs Cad. One Tower Alışveriş Merkezi Çankaya / ANKARA adresinde bulunan "Pizza Il Forno" adlı restorana giderek 2 adet "*Kremalı Tavuklu Fettucine Makarna*" adlı üründen sipariş verdikleri, ancak kendilerinden iki ürün için de ayrı ayrı ödeme alındığı ve bahse konu "*Her Salı İkinci Makarna Bedava*" kampanyasının uygulanmadığı, restoran çalışanına kampanyadan bahsedildiğinde ise bahsi geçen kampanyanın saat 15.00'a kadar geçerli olduğunun belirtildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatici ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Maya Grup Restoran İşletmeleri Turizm ve Sanayi Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

81)

**Dosya No: 2024/2791**

**Şikayet Edilen: HB Grup Kimya ve Teknoloji Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "@mydopcomtr" isimli Instagram sosyal paylaşım sitesinde, "*Mydop- Brokoli Tohumu Ekstraktı*" adlı takviye edici gıda ürününe ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.01.2024, 08.05.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "@mydopcomtr" isimli Instagram sosyal paylaşım sitesinde, "*Mydop- Brokoli Tohumu Ekstraktı*" adlı ürüne ilişkin olarak "*Kanserle Mücadelede Bitkisel Destekçiniz*" ve "*Kanser Sorunlarında Başarı Oranını Arttıran Tek Molekül Sülforan*" şeklinde ifadeler yer verildiği, "*Prof. Dr. Mükerrerem ŞAHİN- Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Eczacılık Fakültesi*" şeklinde paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "@mydopcomtr" isimli Instagram sosyal paylaşım sitesinde yer alan "*Mydop- Brokoli Tohumu Ekstraktı*" markalı takviye edici gıda ürününe ilişkin olarak "<https://www.instagram.com/stories/mydopcomtr/3258230358423260200/?igsh=Z3hoNXIIYnB6dngz>" adresli internet uzantısında yer alan 10.01.2024 tarihli görünümde, "*Kanserle Mücadelede Bitkisel Destekçiniz*" şeklinde ifadeler, "<https://www.instagram.com/p/C6bn1idMXtl>" adlı internet uzantısında yer alan 08.05.2024 tarihli görünümde, "*Kanser Sorunlarında Başarı Oranını Arttıran Tek Molekül Sülforan*" şeklinde ifadelerin kullanıldığı, 20.04.2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliğe dayanılarak hazırlanan “Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu” Ek-1 listesinde muhtelif besin ögesi, madde, gıda veya gıda kategorisi için kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının sayılmış olduğu, ancak inceleme konusu tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı,

Söz konusu paylaşımlarda, "*Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi*" isimli kurum logosuna yer verildiği, "*Prof. Dr. Mükerrerem ŞAHİN- Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Eczacılık Fakültesi*" şeklinde ifadelerle tanıklığa başvuru alan kişi unvanının ve görev yaptığı üniversite isminin tüketime yönelik talep oluşturmak için kullanıldığı, tüketiciler nezdinde güven duygusuna sahip kurum ismi, fakülte adı, akademik unvan gibi bilgiler kullanılmasının üniversite veya fakülte tarafından ürünün iddia edilen sağlık beyanlarına sahip olduğuna yönelik tüketicideki güven duygusunu arttırdığı ve haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-20.04.2023 tarihli ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik’in 5/1, 5/2-a, 5/2-b 5/3, 5/6, 5/7, 5/8, 5/10, 10/1, 10/2, 10/3 ve 10/4 üncü maddeleri,

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik’in 4/1-d, 4/1-e, 5/1 ve 5/8 inci maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 11/1-a, 11/1-b, 16/3, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **HB Grup Kimya ve Teknoloji Sanayi Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

## **SAĞLIK**

82)

**Dosya No: 2024/3781**

**Şikayet Edilen: Hayat Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Yenihayat Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait "*Saç Ekimi*" konulu açık hava reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2023

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Billboard)

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava reklamında, "*Osmaniye'de Bir İlk! Kelliğe Son! Hastane Ortamında ve Doktor Kontrolünde Saç Ekimi*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu açık hava reklamında, "*Osmaniye'de Bir İlk! Kelliğe Son! Hastane Ortamında v Doktor Kontrolünde Saç Ekimi*" ifadelerine yer verilerek hastaların kuruluşa yönlendirildiği ve kuruluşun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu izleniminin verildiği, söz konusu tanıtımların sağlık alanında ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri 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,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ncı maddesi,



- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı ve 7/1-i maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hayat Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **34.701-TL (Otuzdörtbinyediyüzbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

83)

**Dosya No: 2024/3077**

**Şikayet Edilen: Dr. Alem Sultan BAYINDIR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait "Alem Sultan Bayındır" isimli hesap ile Instagram isimli sosyal medya mecrasında "dr.alemsclinic" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Facebook isimli sosyal medya mecrasında, "Alem Sultan Bayındır" isimli hesabın 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, hesabın "Künye" kısmında "*Dolgu, Botoks, PRP, İple Yüz Askılama...*" gibi tıbbi işlemlerin isimlerine yer verildiği,

Instagram isimli sosyal medya mecrasında "dr.alemsclinic" isimli hesabın 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, hesabın "Hakkında" kısmında "*Dolgu, Botoks*" ifadelerine yer verildiği, "*Dudak Dolgusu, Çene Dolgusu, Botoks*" şeklinde tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellerin paylaşıldığı,

Diğer taraftan şahsa ait muayenehane adına düzenlenen uygunluk belgesinde, şahsın görevinin "pratisyen hekim" olarak belirtildiği ve şahsa Sağlık Bakanlığı tarafından "Medikal Estetik Uygulama Sertifikası" verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Facebook isimli sosyal medya mecrasında "Alem Sultan Bayındır" isimli hesabın 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek

olarak, hesabın "Künye" kısmında "*Dolgu, Botoks, PRP, İple Yüz Askılama...*" gibi tıbbi işlemlerin isimlerine yer verildiği,

Instagram isimli sosyal medya mecrasında, "dr.alemsclinic" isimli hesabın 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, hesabın "Hakkında" kısmında "*Dolgu, Botoks*" ifadelerine yer verildiği, "*Dudak Dolgusu, Çene Dolgusu, Botoks*" şeklinde tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görsellerin paylaşıldığı,

Diğer taraftan şahsa ait muayenehane adına düzenlenen uygunluk belgesinde, şahsın görevinin "pratisyen hekim" olarak belirtildiği ve Sağlık Bakanlığı tarafından kendisine "Medikal Estetik Uygulama Sertifikası" verilmediği, bu bakımdan inceleme konusu sosyal medya hesaplarında yer alan tıbbi işlemlerin tanıtımını yapma yetkisinin bulunmadığı göz önüne alınarak, söz konusu tanıtımlarda şahsın bu alanda yetkili olduğu algısının yaratıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların, hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 8 ve 24 üncü maddeleri,

- 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,

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-d, 5/1-e, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-g ve 7/1-i maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Alem Sultan BAYINDIR** 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.

84)

**Dosya No: 2024/3306**

**Şikayet Edilen: Prof. Dr. Zeki TUNÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında, şahsa ait “profdrzekitunc” isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024, 27.05.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu “profdrzekitunc” isimli Instagram hesabındaki tanıtımların 15.04.2024 ve 27.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Bıçaksız Lazer Teknoloji ile Göz Tedavisi. Intralase, gözlük atmak isteyenler için oldukça güvenli bir yöntemdir. Detaylar için profildeki linke tıklayınız..."*, *"Katarakt Ameliyatlarında FAKO Mucizesi. FAKO tedavisi, katarakt tedavisi için en sık başvurulan yöntemler arasında yer almaktadır. FAKO tedavisi, 15 dakika içerisinde tamamlanan ve genel anesteziye ihtiyaç duyulmayan, hasta için oldukça kolay bir mikrocerrahi uygulamasıdır."* gibi ifadeler ve tedavi görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait “profdrzekitunc” isimli Instagram hesabındaki tanıtımların 15.04.2024 ve 27.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Bıçaksız Lazer Teknoloji ile Göz Tedavisi. Intralase, gözlük atmak isteyenler için oldukça güvenli bir yöntemdir. Detaylar için profildeki linke tıklayınız..."*, *"Katarakt Ameliyatlarında FAKO Mucizesi. FAKO tedavisi, katarakt tedavisi için en sık başvurulan yöntemler arasında yer almaktadır. FAKO tedavisi, 15 dakika içerisinde tamamlanan ve genel anesteziye ihtiyaç duyulmayan, hasta için oldukça kolay bir mikrocerrahi uygulamasıdır."* gibi ifadeler ve tedavi görsellerine yer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup, Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik’in 5/1-c maddesi,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik’in 5/1-a, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-g ve 7/1-i maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

85)

**Dosya No: 2024/3308**

**Şikayet Edilen: Berna ŞEREF (Şeref Optik)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu "serefoptik" isimli Instagram hesabında yer alan tanıtımların 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Şeref Optik olarak 'sağlık ve şıklık bir arada' sözümüzle 35 yıllık tecrübemize güvenerek çıktığımız bu yolda. Daima yenilikçi ve güncel optik çerçeve ve güneş gözlüğü modellerimizle, bununla beraber kontakt lens ve renkli lens çeşitlerimizle, dünya standartlarındaki son teknoloji cihazlarımızla, Müşterilerimizin ihtiyacını anlayarak gözlerinizin sağlığı için ve sevdiklerinizle beraber dünyayı daha net görmeniz için tamamen özelleştirilmiş teknoloji ile üretilen kişiye özel optik camlarımızla ve uzman kadromuzla Dünya standartlarındaki marka ürünlere en uygun fiyatlarla sahip olmanız için buradayız. Güneş gözlüğü, lens, optik cam ve çerçevelerimizle, müşteri odaklı ve güler yüzle siz değerli müşterilerimize hizmet vermekten şeref duyuyoruz. #prada #armani #armaniexchange #rayban #vogue #emporioarmani (...)*", "*Yakın Gözlüğü? Uzak Gözlüğü? Güneş Gözlüğü? Birden fazla gözlük kullanmaya son! Şimdi Şeref Optik'te Progressive cam zamanı! ...Şeref Optik kalitesiyle, Tek gözlük ile uzak, orta ve yakın mesafelerde net görüşe sahip olurken gözünü tüm zararlı uv ışınlarından koruyan, Dünya standartlarında ve her bütçeye uygun progressive camlarımızla tanışmanız ve bizi tanımanız için siz değerli müşterilerimizi mağazamıza bekliyoruz. Essilor, Fuji, Hawk Plus, Hoya, Kodak, Nikon, Novax, Rodenstock, Seiko, Zeiss...*", "*Morlin Bron optik ve güneş gözlüklerini mağazamızda bulabilirsiniz.*", "*Numaralı gözlük modellerimiz. Daha fazlası mağazamızda sizleri bekliyor.*" gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşa ait "serefoptik" isimli Instagram hesabında yer alan tanıtımlarda, "*Şeref Optik olarak 'sağlık ve şıklık bir arada' sözümüzle 35 yıllık tecrübemize güvenerek çıktığımız bu yolda. Daima yenilikçi ve güncel optik çerçeve ve güneş gözlüğü modellerimizle, bununla beraber kontakt lens ve renkli lens çeşitlerimizle, dünya standartlarındaki son teknoloji cihazlarımızla, Müşterilerimizin ihtiyacını anlayarak gözlerinizin sağlığı için ve sevdiklerinizle beraber dünyayı daha net görmeniz için tamamen özelleştirilmiş teknoloji ile üretilen kişiye özel optik camlarımızla ve uzman kadromuzla Dünya standartlarındaki marka ürünlere en uygun fiyatlarla sahip olmanız için buradayız. Güneş gözlüğü, lens, optik cam ve çerçevelerimizle, müşteri odaklı ve güler yüzle siz değerli müşterilerimize hizmet vermekten şeref duyarız. #prada #armani #armaniexchange #rayban #vogue #emporioarmani (...), "Yakın Gözlüğü? Uzak Gözlüğü? Güneş Gözlüğü? Birden fazla gözlük kullanmaya son! Şimdi Şeref Optik'te Progressive cam zamanı! ...Şeref Optik kalitesiyle, Tek gözlük ile uzak, orta ve yakın mesafelerde net görüşe sahip olurken gözünü tüm zararlı uv ışınlarından koruyan, Dünya standartlarında ve her bütçeye uygun progressive camlarımızla tanışmanız ve bizi tanımanız için siz değerli müşterilerimizi mağazamıza bekliyoruz. Essilor, Fuji, Hawk Plus, Hoya, Kodak, Nikon, Novax, Rodenstock, Seiko, Zeiss...", "Morlin Bron optik ve güneş gözlüklerini mağazamızda bulabilirsiniz.", "Numaralı gözlük modellerimiz. Daha fazlası mağazamızda sizleri bekliyor."* gibi ifadelerle yer verildiğinin tespit edildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların tüketiciye hitaben reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1-a, 15/1-b, 15/2, 15/3 ve 15/4 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Berna ŞEREF (Şeref Optik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

86)

**Dosya No: 2024/3021**

**Şikayet Edilen: Eslade Özel Sağlık Turizm Organizasyon Medikal Güzellik Merkezi İnşaat Otomotiv Emlak Sanayi Ticaret Ltd. Şti. (Eslade Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında, kuruluşa ait "esladeestetikmerkezi" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu kuruluşa ait "esladeestetikmerkezi" isimli Instagram hesabındaki tanıtımların 20.11.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "#antalyadolgubotox #botoks #dolgu #lipfiller #antalyaestetik #burundolgusu #benalma #bensilme #antalyabentedavisi #antalyaburunestetiği" gibi tabipler tarafından uygulanması gereken birtakım tıbbi işlemlerin isimlerinin sayılarak tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca inceleme konusu Instagram hesabında kuruluş isminde "Estetik&Güzellik", "Estetik Merkezi" şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluş bir sağlık kuruluşu olmadığı halde "esladeestetikmerkezi" isimli Instagram hesabındaki tanıtımların 20.11.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "#antalyadolgubotox #botoks #dolgu #lipfiller #antalyaestetik #burundolgusu #benalma #bensilme #antalyabentedavisi #antalyaburunestetiği" gibi tabipler tarafından uygulanması gereken birtakım tıbbi işlemlerin isimlerinin sayılarak tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca inceleme konusu Instagram hesabında kuruluşun isminde "Estetik&Güzellik", "Estetik Merkezi" şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edildiği,

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile, güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak söz konusu salonların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 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 çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nun Ek 11 inci maddesi,
- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,
- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31/1-a ve Geçici 5/2 nci maddeleri,
- 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eslade Özel Sağlık Turizm Organizasyon Medikal Güzellik Merkezi İnşaat Otomotiv Emlak Sanayi Ticaret Ltd. Şti. (Eslade Güzellik Salonu)** 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.

87)

**Dosya No: 2024/3747**

**Şikayet Edilen: Başak Güzellik Hizmetleri ve Kozmetik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (Ladonna Estetik)**

**Ŗikayet Edilen Reklam:** KuruluŖa ait ladonnaestetik.com.tr adresli internet sitesi ile Instagram isimli sosyal medya mecrasında “ladonnaestetik” isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/EriŖim Tarihi:** 04.01.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu kuruluŖa ait “ladonnaestetik” isimli Instagram hesabının 04.01.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Hacamat, Dermapen*" şeklinde tıbbi işlemlerin isimlerinin sayılarak tedavi görüntüleriyle beraber tanıtımlarının yapıldığı,

ladonnaestetik.com.tr adresli internet sitesinin 04.01.2024 tarihli görünümünde ise, "*Göz Uygulamaları*" başlığı altında "*Paris Işıltısı, Göz Altı Işık Dolgusu, Göz Altı Mezoterapisi, Göz Altı Plazmapen, Göz Altı Torba Tedavisi, Kaz Ayağı Dolgusu*", "*Yüz Uygulamaları*" başlığı altında, "*Medikal Cilt Bakımı, Mezoterapi, H100 Aşısı, Kolajen Aşısı, İp Askı, Gıdı Lipoliz, Elmacık Dolgu, Yanak Dolgu, Çene Ucu Dolgusu, Jawline Dolgu*" ve "*Karboksiterapi (Yağ Azaltma)/Karbondioksit Tedavisi*" şeklinde çeşitli tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluŖun isimlendirmesinde "*Ladonna Estetik*" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluŖ bir sağlık kuruluŖu olmadığı halde, “ladonnaestetik” isimli Instagram hesabının 04.01.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Hacamat, Dermapen*" şeklinde tıbbi işlemlerin isimlerinin sayılarak tedavi görüntüleriyle beraber tanıtımlarının yapıldığı,

ladonnaestetik.com.tr adresli internet sitesinin 04.01.2024 tarihli görünümünde ise, "*Göz Uygulamaları*" başlığı altında "*Paris Işıltısı, Göz Altı Işık Dolgusu, Göz Altı Mezoterapisi, Göz Altı Plazmapen, Göz Altı Torba Tedavisi, Kaz Ayağı Dolgusu*", "*Yüz Uygulamaları*" başlığı altında, "*Medikal Cilt Bakımı, Mezoterapi, H100 Aşısı, Kolajen Aşısı, İp Askı, Gıdı Lipoliz, Elmacık Dolgu, Yanak Dolgu, Çene Ucu Dolgusu, Jawline Dolgu*" ve "*Karboksiterapi (Yağ Azaltma)/Karbondioksit Tedavisi*" şeklinde çeşitli tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluŖun isimlendirmesinde "*Ladonna Estetik*" ifadesine yer verildiğinin tespit edildiği,

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık KuruluŖları Hakkında Yönetmelik’in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluŖu statüsünden çıkarılarak söz konusu salonların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan “Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkinde 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 çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nun Ek 11 inci maddesi,
- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,
- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31/1-a ve Geçici 5/2 nci maddeleri,
- 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Başak Güzellik Hizmetleri ve Kozmetik Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (Ladonna Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

88)

**Dosya No: 2024/3047**

**Şikayet Edilen: Gül AĞIRMAN (Gül Ağırman Beauty Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında "gul\_agirman\_beautyantalya" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.12.2023

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 27.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "Arc system repair Antalya Uzmanımız Gül Ağırman", "göz çevresi arc, saç mezo, iğnesiz dudak gençleştirme, dudak renklendirme", "Nazolabial gençleştirme işlemi 1 yıl kalıcı...", "El gençleştirme, #antalyagözkapağıestetigi", "Düşük göz kapağı yoğun kaz ayakları olan danışanım 4 seanslık gençleşme sonucu. Gold renovation arc system repair..." gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve bu tıbbi işlemlere ait görsellere yer verilerek tanıtımların yapıldığı, söz konusu sosyal medya hesabında tanıtımı yapılan işlemlerin uzman estetician tarafından yapıldığı yönünde tanıtımların bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluş sağlık kuruluşu olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, inceleme konusu tanıtımların 27.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "Arc system repair Antalya Uzmanımız Gül Ağırman", "göz çevresi arc, saç mezo, iğnesiz dudak gençleştirme, dudak renklendirme", "Nazolabial gençleştirme işlemi 1 yıl kalıcı...", "El gençleştirme, #antalyagözkapağıestetigi", "Düşük göz kapağı yoğun kaz ayakları olan danışanım 4 seanslık gençleşme sonucu. Gold renovation arc system repair..." gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve bu tıbbi işlemlere ait görsellere yer verilerek tanıtımların yapıldığı, söz konusu sosyal medya hesabında tanıtımı yapılan işlemlerin uzman estetician tarafından yapıldığı yönünde tanıtımların bulunduğu,

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak söz konusu salonların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan "Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkinde 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 ruhsatlandırılmayan kuruluşun yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik söz konusu tanıtımlarının kamu sağlığını bozucu, tüketicileri aldatıcı ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İşyeri Açma ve alışma 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, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gl AğIRMAN (Gl Ağırman Beauty Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (yzkırkyedibinyzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2024/3069**

**şikayet Edilen: Nazan ERTUğRUL (Nazan Beauty Güzellik Salonu)**

**şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında, kuruluşa ait "nazanertugrull" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.12.2023

## Yayınlandığı Mecra: İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 16.12.2023 tarihli görünümünde, *Dermapen, #mezoterapi, #estetik, #dolgu, #leketedavisi, #dermapenantalya, prp*", "...cilt lekeleri tedavisinde kullanılır...Ucunda çok sayıda milimetrik iğne bulunan bir cihazla, cilt yüzeyinde yüzlerce mikroskobik delme yapan, böylece cildin kendi, doğal iyileşme mekanizmasını başlatan mikro iğneleme yöntemidir." Gibi tıbbi işlemlerin isimlerine yer verilerek tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, sözü edilen tanıtımlarda "#güzellik merkezi" ifadesinin kullanılarak kuruluşun güzellik merkezi unvanıyla tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluş sağlık kuruluşu olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmadığı halde, inceleme konusu tanıtımların 16.12.2023 tarihli görünümünde, *"Dermapen, #mezoterapi, #estetik, #dolgu, #leketedavisi, #dermapenantalya, prp"*, "...cilt lekeleri tedavisinde kullanılır...Ucunda çok sayıda milimetrik iğne bulunan bir cihazla, cilt yüzeyinde yüzlerce mikroskobik delme yapan, böylece cildin kendi, doğal iyileşme mekanizmasını başlatan mikro iğneleme yöntemidir." gibi doktorlar tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerine ve bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yer verilerek tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, sözü edilen tanıtımlarda, "#güzellikmerkezi" ifadesine yer verilerek kuruluşun güzellik merkezi unvanıyla tanıtıldığı, buna karşın kuruluşta gerçekleştirilen sağlık alanındaki bu tür uygulamaların, mevzuat gereği, ancak ilgili uzman tabipler tarafından ve yetkili sağlık kuruluşlarında uygulanabileceği,

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak söz konusu salonların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelere ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan "Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkinde 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 ruhsatlandırılmayan kuruluşun yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik söz konusu tanıtımlarının kamu sağlığını bozucu, tüketicileri aldatıcı ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nun Ek 11 inci maddesi,
- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 25 ve Ek-13 üncü maddesi,
- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 31 inci ve 5/2 nci maddeleri,
- 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, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nazan ERTUĞRUL (Nazan Beauty Güzellik Salonu)** 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.

90)

**Dosya No: 2024/3134**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında, kuruluşa ait "palmiyedental" isimli hesap üzerinden ve "palmiyedis.com" adresli internet sitesi üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 03.01.2024, 15.01.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 03.01.2024 tarihli görünümünde, "*Gülüşleri güzel kılan dokunuş! Diş kliniğimizde sağlıklı ve parlak gülüşlere bir adım daha yaklaşın. Ağız ve diş sağlığınız için ihtiyacınız olan tüm tedavilerle ilgili iletişime geçebilirsiniz.*", "*Palmiye Dental'in gelişmiş klinikleri ile konforlu hizmet alın. Bize mesaj atarak veya arayarak hızlıca randevu oluşturabilirsiniz.*", "*Antalya Palmiye Dental'de kullanılan Osstem Implant K3 Unit hakkında Dt. Merve Bilim'e sorduk ve K3 Unit hakkında tecrübelerini dinledik.*", "*İngiltere'den*

*gelen hastamızın değişimi...Artık kendisi gülümserken özgüvenli bir şekilde gülümseyebilecek.", "Siz de randevu alarak Palmiye Dental ile doğal ve estetik gülüşlere sahip olabilirsiniz."* gibi ifadeler ve tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, ayrıca tanıtımların aynı tarihli görünümünde, *"Tertemiz bir hastane ben çok memnun kaldım. Herkese tavsiye ederim. Özellikle doktorum çok ilgili ve güler yüzlüydü.", "Adile hocam dün geldik ve kızım çok mutlu bir şekilde kanal tedavisi oldu, ellerinize sağlık. Bir anne olarak çok stresliydim ama her şey çok başarılı geçti. Ellerine sağlık. İlk gittiğimizden itibaren danışmada olan arkadaşlardan sona kadar herkes çok ilgili ve güler yüzlüydü. Herkese teşekkür ederim.", "Kalitesi ve güler yüzlü tüm çalışanlarıyla harika bir klinik. Teşekkürler tüm Palmiye Dental ailesine.", "Antalya'nın gururu", "Antalya'daki en tatlı, en kaliteli klinik.", "Antalya için harika bir klinik. Teşekkürler tüm Palmiye Dental ailesine."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği, *"palmiyedis.com"* adresli internet sitesi üzerinden yayımlanan tanıtımların 15.01.2024 tarihli görünümünde ise, *"Gerçek Müşterilerimizden, Gerçek Yorumlar...Soru işaretleriyle gittim. Fakat harika sonuçlarla çıktım. Tüm ekibe teşekkürler.", "Acil tedavim konusunda çok büyük yardımcı olundu. Bundan sonra favorim Palmiye Klinik.", "Gözünüz kapalı güvenebileceğiniz bir klinik. Rutin kontrolde bile aşırı ilgi vardı, pozitif enerjisi olan bir ekipti."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; *"palmiyedental"* isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 03.01.2024 tarihli görünümünde, *"Gülüşleri güzel kılan dokunuş! Diş kliniğimizde sağlıklı ve parlak gülüşlere bir adım daha yaklaşın. Ağız ve diş sağlığınız için ihtiyacınız olan tüm tedavilerle ilgili iletişime geçebilirsiniz.", "Palmiye Dental'in gelişmiş klinikleri ile konforlu hizmet alın. Bize mesaj atarak veya arayarak hızlıca randevu oluşturabilirsiniz.", "Antalya Palmiye Dental'de kullanılan Osstem Implant K3 Unit hakkında Dt. Merve Bilim'e sorduk ve K3 Unit hakkında tecrübelerini dinledik.", "İngiltere'den gelen hastamızın değişimi...Artık kendisi gülümserken özgüvenli bir şekilde gülümseyebilecek.", "Siz de randevu alarak Palmiye Dental ile doğal ve estetik gülüşlere sahip olabilirsiniz."* gibi talep yaratıcı ifadeler ve tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, anılan tanıtımların 03.01.2024 tarihli görünümünde, *"Tertemiz bir hastane ben çok memnun kaldım. Herkese tavsiye ederim. Özellikle doktorum çok ilgili ve güler yüzlüydü.", "Adile hocam dün geldik ve kızım çok mutlu bir şekilde kanal tedavisi oldu, ellerinize sağlık. Bir anne olarak çok stresliydim ama her şey çok başarılı geçti. Ellerine sağlık. İlk gittiğimizden itibaren danışmada olan arkadaşlardan sona kadar herkes çok ilgili ve güler yüzlüydü. Herkese teşekkür ederim.", "Kalitesi ve güler yüzlü tüm çalışanlarıyla harika bir klinik. Teşekkürler tüm Palmiye Dental ailesine.", "Antalya'nın gururu", "Antalya'daki en tatlı, en kaliteli klinik.", "Antalya için harika bir klinik. Teşekkürler tüm Palmiye Dental ailesine."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği, *"palmiyedis.com"* adresli internet sitesi üzerinden yayımlanan tanıtımların 15.01.2024 tarihli görünümünde ise, *"Gerçek Müşterilerimizden, Gerçek Yorumlar...Soru işaretleriyle gittim. Fakat harika sonuçlarla çıktım. Tüm ekibe teşekkürler.", "Acil tedavim konusunda çok büyük yardımcı olundu. Bundan sonra favorim Palmiye Klinik.", "Gözünüz kapalı güvenebileceğiniz bir klinik. Rutin kontrolde bile aşırı ilgi vardı, pozitif enerjisi olan bir ekipti."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz

konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 24 üncü maddesi,

-Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-d, 5/1-f, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2 ve 7/1-f, 7/1-g, 7/1-i inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Palmiye Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi (Özel Palmiye 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.

91)

**Dosya No: 2024/3142**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında, kuruluşa ait "loradenteskisehir" ve "loradentistanbul" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.02.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 06.02.2024 tarihli görünümünde, "loradenteskisehir" isimli hesapta örnek olarak, "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişsizlik problemi yaşayan hastamıza, implant üstü protezlerle güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı konforunu sağladık.", "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişlerindeki çarpık görüntüden kaynaklı estetik bozukluk yaşayan Ayten Hanım'ın güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı

*konforunu sağladık." ve "loradentistanbul" isimli hesabın 06.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişsizlik problemi yaşayan hastamıza, implant üstü protezlerle güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı konforunu sağladık.", "Gülümsemenizi kaybetmeyin. Kaybolan gülümsemenize güvenli, kalıcı çözümler...", "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişsizlik problemi yaşayan hastamıza, güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı konforunu sağladık." gibi ifadelere ve tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, söz konusu hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımların aynı tarihli görünümünde, "Çok güzel olmuş.", "Süper olmuş.", "Harikalar yaratıyorsunuz ekip olarak size kucak dolusu...", "Elinize sağlık.", "Gerçekten harika olmuş.", "Çok güzel olmuş ekip olarak harikalar yaratıyorsunuz." gibi hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "loradenteskisehir" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 06.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişsizlik problemi yaşayan hastamıza, implant üstü protezlerle güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı konforunu sağladık.", "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişlerindeki çarpık görüntüden kaynaklı estetik bozukluk yaşayan Ayten Hanım'ın güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı konforunu sağladık." ve "loradentistanbul" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 06.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişsizlik problemi yaşayan hastamıza, implant üstü protezlerle güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı konforunu sağladık.", "Gülümsemenizi kaybetmeyin. Kaybolan gülümsemenize güvenli, kalıcı çözümler...", "Mükemmel bir gülüş herkesin hakkı. Dişsizlik problemi yaşayan hastamıza, güvenle gülümsemesi için ağız ve diş sağlığı konforunu sağladık." gibi talep yaratıcı ifadelere ve tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, söz konusu hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımların aynı tarihli görünümünde, "Çok güzel olmuş.", "Süper olmuş.", "Harikalar yaratıyorsunuz ekip olarak size kucak dolusu...", "Elinize sağlık.", "Gerçekten harika olmuş.", "Çok güzel olmuş ekip olarak harikalar yaratıyorsunuz." hasta yorumlarına yer verildiği, dolayısıyla sözü edilen tanıtımlar vasıtasıyla sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 24 üncü maddesi,

-Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-d, 5/1-f, 5/1-g, 5/1-i, 5/2 ve 7/1-f, 7/1-g, 7/1-i inci maddeleri,



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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Loradent Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Polikliniği Limited Şirketi (Özel Loradent 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.

92)

**Dosya No: 2024/3331**

**Şikayet Edilen: Özel Eskişehir Gülüş Akademisi Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi (Özel Eskişehir Gülüş Akademisi Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında "ortodontieskişehir" isimli hesap üzerinden, Facebook isimli sosyal medya mecrasında "Eskişehir Gülüş Akademisi" isimli hesaplar üzerinden ve "eskisehirgulusakademisi.com" adresli internet sitesi üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.02.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 05.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; "eskisehirgulusakademisi.com" internet sitesinde, "*Sizin gülümsemeniz, bizim tutkumuz...*", "*Eskişehir Gülüş Akademisi'nde amacımız, bu tutkumuzu hayata geçirirken etik kurallara bağlı kalarak uygulayacağımız hizmetleri üst düzey teknolojik imkanlarla birlikte hastalarımıza sunmaktır.*", "*Ailenizin diş kliniği... Çocuk, genç, yetişkin, yaşlı... Kaç yaşında olursanız olun, alanında uzman doktorlarımız ile ağız ve diş sorunlarınızı en iyi şekilde çözüyor, size gülmek için bir sebep veriyoruz...*", "*Alanında uzman kadrosu... Eskişehir Gülüş Akademisi'nin konusunda uzman personeli değerlendirmeler sonucu oluşturdukları tedavi planları doğrultusunda ileri teknoloji ve yöntemler ile hizmet vermektedir.*", "*İleri teknoloji ekipmanlar... Kliniğimizde teşhis ve tedavi için ileri teknoloji cihaz ve yöntemler kullanılarak hastalarımızın radyografik değerlendirmeleri, muayeneleri ve tedavileri yapılmaktadır.*" gibi ifadelerle, Facebook isimli sosyal medya mecrasında, "Eskişehir Gülüş Akademisi" isimli hesabın aynı tarihli görünümünde, "*Hasta-hekim ilişkisinin en temel unsurunun güven olduğunun bilinciyle hastalarımızın diş tedavi ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktayız. Her zaman hastalarımızla ilişkilerimiz güven temeline oturmaktadır.*" gibi ifadelerle, "ortodontieskişehir" isimli hesap ismi kullanılarak Instagram isimli sosyal medya mecrasında

yayımlanan tanıtımların 05.02.2024 tarihli görünümünde "Gülümsemelerinizi ertelemeyin..." gibi ifadeler ve tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "eskisehirculusakademisi.com" internet sitesi üzerinden yayımlanan tanıtımların 05.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "Sizin gülümsememiz, bizim tutkumuz...", "Eskişehir Gülüş Akademisi'nde amacımız, bu tutkumuzu hayata geçirirken etik kurallara bağlı kalarak uygulayacağımız hizmetleri üst düzey teknolojik imkanlarla birlikte hastalarımıza sunmaktır.", "Ailenizin diş kliniği... Çocuk, genç, yetişkin, yaşlı... Kaç yaşında olursanız olun, alanında uzman doktorlarımız ile ağız ve diş sorunlarınızı en iyi şekilde çözüyor, size gülmek için bir sebep veriyoruz...", "Alanında uzman kadrosu... Eskişehir Gülüş Akademisi'nin konusunda uzman personeli değerlendirmeler sonucu oluşturdukları tedavi planları doğrultusunda ileri teknoloji ve yöntemler ile hizmet vermektedir.", "İleri teknoloji ekipmanlar... Kliniğimizde teşhis ve tedavi için ileri teknoloji cihaz ve yöntemler kullanılarak hastalarımızın radyografik değerlendirmeleri, muayeneleri ve tedavileri yapılmaktadır." gibi talep yaratıcı ifadeler, Facebook isimli sosyal medya mecrasında, "Eskişehir Gülüş Akademisi" isimli hesabın aynı tarihli görünümünde, "Hastahekim ilişkisinin en temel unsurunun güven olduğunun bilinciyle hastalarımızın diş tedavi ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktayız. Her zaman hastalarımızla ilişkilerimiz güven temeline oturmaktadır." gibi talep yaratıcı ifadeler, "ortodontieskişehir" isimli hesap ismi kullanılarak Instagram isimli sosyal medya mecrasında yayımlanan tanıtımların 05.02.2024 tarihli görünümünde "Gülümsemelerinizi ertelemeyin..." gibi talep yaratıcı ifadeler ve tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, dolayısıyla sözü edilen tanıtımlar vasıtasıyla sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 24 üncü maddesi,

-Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-i, 5/2 ve 7/1-i inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Eskişehir Gülüş Akademisi Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi (Özel Eskişehir Gülüş Akademisi 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.

93)

**Dosya No: 2024/3787**

**Şikayet Edilen: Dr. Hamdi TURHAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında "*estetikeskisehir*" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.02.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 12.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *Güzellik için doğal çözümler*", *"Küçük dokunuşlar, büyük sonuçlar"*, *"... İşlem sonrası günlük hayata dönüş oldukça kolaydır. Burun dolgusu 5-10 dakikalık bir uygulamadır ve günlük hayatınıza hemen dönebilirsiniz. Ancak burun ameliyatı burun estetiğinde günlerce evde kalmanız ve istirahat etmeniz söz konusudur."*, *"Dolgu çeşidine göre farklılık gösterebilir ancak ortalama 10 dakika süren uygulamalarda hasta hemen günlük hayatına dönebilir."* gibi ifadelerle, *"1 ml ve tekrar yapıldı. Tekrar yapıldı. İnce dudaklarım kalın oldu..."* gibi hasta yorumlarına yer verilerek söz konusu tıbbi işlemin tanıtımlarının yapıldığı ve tıbbi girişim esnasında hastaların görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "*estetikeskisehir*" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 12.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *Güzellik için doğal çözümler*", *"Küçük dokunuşlar, büyük sonuçlar"*, *"... İşlem sonrası günlük hayata dönüş oldukça kolaydır. Burun dolgusu 5-10 dakikalık bir uygulamadır ve günlük hayatınıza hemen dönebilirsiniz. Ancak burun ameliyatı burun estetiğinde günlerce evde kalmanız ve istirahat etmeniz söz konusudur."*, *"Dolgu çeşidine göre farklılık gösterebilir ancak ortalama 10 dakika süren uygulamalarda hasta hemen günlük hayatına dönebilir."* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelerle yer verildiği, *"1 ml ve tekrar yapıldı. Tekrar yapıldı. İnce dudaklarım kalın oldu..."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği, dolayısıyla sözü edilen tanıtımlar vasıtasıyla sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda 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 inci, 9 uncu ve 39 uncu maddeleri,

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

-Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-d, 5/1-f, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2 ve 7/1-a, 7/1-f, 7/1-g, 7/1-i inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Hamdi TURHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

94)

**Dosya No: 2024/3282**

**Şikayet Edilen: Dr. Furkan Tahsin ÇAKIR**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Instagram" isimli sosyal medya mecrasında "drfurkancakir" kullanıcı isimli hesaba ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.10.2023 ve 22.02.2024

**Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde, "drfurkancakir" kullanıcı isimli sayfanın 22.02.2024 tarihli görünümünde yer alan [https://www.instagram.com/reel/CvPQ17IKAh/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/reel/CvPQ17IKAh/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==) uzantılı paylaşımda "Kök Hücre" ile ilgili video paylaşımının yapıldığı, [https://www.instagram.com/reel/CuudGaII4yg/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/reel/CuudGaII4yg/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==) uzantılı paylaşımda "Dolgu, Botox, Medical Estetik, Klinik" ifadelerini içeren video paylaşımının yapıldığı, aynı sosyal medya hesabının 19.10.2023 tarihli görünümünde [https://www.instagram.com/reel/CwVgz2Cohux/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/reel/CwVgz2Cohux/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==) uzantılı paylaşımda "Gençlik Mucizesi-Mezoterapi" ifadelerine ve [https://www.instagram.com/reel/Cv-CUM7NQzN/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/Cv-CUM7NQzN/?utm_source=ig_web_copy_link) uzantılı paylaşımda "Medikalestetik" videosu ile operasyon görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde “drfurkancakir” kullanıcı isimli sayfanın 22.02.2024 tarihli görünümünde yer alan,

[https://www.instagram.com/reel/CvPQ17IKAh/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/reel/CvPQ17IKAh/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==) uzantılı paylaşımında “Kök Hücre” ile ilgili video paylaşımının yapıldığı, [https://www.instagram.com/reel/CuudGaII4yg/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/reel/CuudGaII4yg/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==) uzantılı paylaşımında, “Dolgu, Botox, Medical Estetik, Klinik” ifadelerini içeren video paylaşımının yapıldığı,

Aynı sosyal medya hesabının 19.10.2023 tarihli görünümünde yer alan, [https://www.instagram.com/reel/CwVgz2Cohux/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==](https://www.instagram.com/reel/CwVgz2Cohux/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWF1ZA==) uzantılı paylaşımında “Gençlik Mucizesi-Mezoterapi” ifadelerine ve [https://www.instagram.com/reel/Cv-CUM7NQzN/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/Cv-CUM7NQzN/?utm_source=ig_web_copy_link) uzantılı paylaşımında “Medikal estetik” videosu ile operasyon görüntülerine yer verildiği, söz konusu işlemlerin şikayet edilen şahıs tarafından uygulandığı yönünde tanıtımlarda bulunduğu, ancak şahsın Sağlık Bakanlığı onaylı Mezoterapi uygulama Sertifikası, GETAT Ünite Yetki Belgesi ve Medikal Estetik Sertifikasının olmadığı, yetki alanında bulunmayan konularla ilgili olarak tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olarak tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-e, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-a, 7/1-g, 7/1-h ve 7/1-i maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Furkan Tahsin ÇAKIR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

95)

**Dosya No: 2024/2602**

**Şikayet Edilen: Lotus Güzellik Kuaförlük Salonları Kozmetik Tur. Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Fatoşça VİP Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya hesabında "fatosca\_vip\_guzellik\_van" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.05.2024

**Reklamın Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayet edilen kuruluşun bir sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmadığı ve güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği halde, inceleme konusu tanıtımların 24.05.2024 tarihli görünümünde, "saç ekimi", "akne bakımları, leke bakımları, gözenek sıkılaştırma, Dermapen işlemleri, kök hücre, mezoterapi, PRP, kimyasal peeling, green peel" gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, söz konusu tanıtımlarda, örnek olarak "saç ekimi" işlemine yönelik, "Saç ekiminde mutlu olmaya devam ediyoruz. Profesyonel saç ekimi için profesyonel kadromuz yurt içi ve yurt dışından gelen misafirlerimiz için sınırsız hizmet anlayışımızla devam ediyoruz. -Sınırsız greft, -FUE, Fue DHI, -Full Bakım, -İşlem Garantisi" gibi ifadelerin kullanıldığı, yine, söz konusu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi videolarının paylaşıldığı ve hastaların uygulama öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerinin yayımlandığı, buna ek olarak, "Skar izi" ifadesiyle gösterilen tanıtım videosunda, "Bu işlemler klinikte ve doktor kontrolünde yapılmaktadır. Sağlığınız için her imkan sağlanıyor." ifadelerine yer verilmek suretiyle, söz konusu iş yeri dışında hastaların başka bir sağlık kuruluşuna yönlendirildiğine ilişkin bilgi verilerek sağlık hizmeti sunumunda aracılık faaliyetinde bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayet edilen kuruluşun bir sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmadığı ve güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği halde, inceleme konusu tanıtımların 24.05.2024 tarihli görünümünde, "saç ekimi", "akne bakımları, leke bakımları, gözenek sıkılaştırma, Dermapen işlemleri, kök hücre, mezoterapi, PRP, kimyasal peeling, green peel" gibi tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, söz konusu tanıtımlarda örnek olarak "saç ekimi" işlemine yönelik, "Saç ekiminde mutlu olmaya devam ediyoruz. Profesyonel saç ekimi için profesyonel kadromuz yurt içi ve yurt dışından gelen misafirlerimiz için sınırsız hizmet anlayışımızla devam ediyoruz. - Sınırsız greft, -FUE, Fue DHI, -Full Bakım, -İşlem Garantisi" ifadeleriyle bu işleme yönelik talep oluşturulduğu, yine, söz konusu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi videolarının paylaşıldığı ve hastaların uygulama öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerinin yayımlandığı, yine, "Skar izi" ifadesiyle gösterilen tanıtım videosunda, "Bu işlemler klinikte ve doktor kontrolünde yapılmaktadır. Sağlığınız için her imkan sağlanıyor." ifadelerine yer verilmek

suretiyle, söz konusu iş yeri dışında hastaların başka bir sağlık kuruluşuna yönlendirildiğine ilişkin bilgi verilerek sağlık hizmeti sunumunda aracılık faaliyetinde bulunulduğu,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı; anılan maddenin 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 yayımlanacak olan tanıtımlarında kuruluşlarının isimlerinin açıkça "*salon*" olarak belirtilmesinin gerektiği,

Bu bağlamda, sağlık alanında ruhsatlandırılmamış olan söz konusu iş yerine ait tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimleri sayılarak sağlık alanında hizmet verildiği yönünde izlenim uyandırıldığı, söz konusu tanıtımlarda ismi sayılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve bu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla bahsi geçen tanıtımların yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik, tüketicileri yanıltıcı ve kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nun Ek 11 inci maddesi,
- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 25 ve Ek-13 üncü maddeleri,
- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31 ve Geçici 5 inci maddeleri,
- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in Ek-1 Kısım "*J-(Ek: 29.06.2010 – 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lotus Güzellik Kuaförlük Salonları Kozmetik Tur. Gıda İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Fatoşça VİP Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

96)

**Dosya No: 2024/4730**

**Şikayet Edilen: Diyetisyen Kübra KAYIŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dyt.kubrakayis' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dyt.kubrakayis" kullanıcı isimli sayfanın 28.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Siz de yasaksız, sürdürülebilir ve farkındalıklı beslenmeyi öğrenmek isterseniz benimle iletişime geçebilirsiniz...Farkındalıklı beslenmeyi öğrenip bunu sürdürmek istemez misiniz ? Yalnızca doğru yöntemlere ihtiyacınız var. Sizin için en uygun yöntemi bulup ilerlediğimiz sürecimize dahil olmak için 0534 389 15 89...Neden danışmanlık almalısınız? Yeme krizlerini durdurmak istiyorsanız. Doğru yöntemlerle kilo vermek istiyorsanız. Sürdürülebilir beslenmeyi öğrenmek istiyorsanız. Duygusal yeme ile başa çıkmak istiyorsanız...Doya doya, farkındalıklı, sürdürülebilir beslenme danışmanlığı için 0534 389 15 89...Bedeninizin beslenme ihtiyacını doğru şekilde karşılarken yeme farkındalığı kazanacağınız bir sürece adım atmak isterseniz bana ulaşabilirsiniz...'* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dyt.kubrakayis" kullanıcı isimli sayfanın 28.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Siz de yasaksız, sürdürülebilir ve farkındalıklı beslenmeyi öğrenmek isterseniz benimle iletişime geçebilirsiniz...Farkındalıklı beslenmeyi öğrenip bunu sürdürmek istemez misiniz ? Yalnızca doğru yöntemlere ihtiyacınız var. Sizin için en uygun yöntemi bulup ilerlediğimiz sürecimize dahil olmak için 0534 389 15 89...Neden danışmanlık almalısınız? Yeme krizlerini durdurmak istiyorsanız. Doğru yöntemlerle kilo vermek istiyorsanız. Sürdürülebilir beslenmeyi öğrenmek istiyorsanız. Duygusal yeme ile başa çıkmak istiyorsanız...Doya doya, farkındalıklı, sürdürülebilir beslenme danışmanlığı için 0534 389 15 89...Bedeninizin beslenme ihtiyacını*



*doğru şekilde karşılırken yeme farkındalığı kazanacağınız bir sũrece adım atmak isterseniz bana ulaşabilirsiniz...' gibi ifadelere yer verildiği,*

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlar ile sunulan hizmetlere yœnelik talep oluşturulduğu ve sağlık meslek mensubu olarak hizmet sunan şahsın faaliyetlerine ticari bir gœrœnœm kazandırıldığı, dolayısıyla sœz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yœnetmelik'in 5/1-g ve 5/2 nci maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde alışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Gœrev Tanımlarına Dair Yœnetmelik'in 5/1-c maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yœnetmeliđi'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hœkœmlerine aykırı olduğuna,

Buna gœre, reklam veren **Diyetisyen Kœbra KAYIş** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 œncœ ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

97)

**Dosya No: 2024/4731**

**şikayet Edilen: Diyetisyen Aslı AYAşLI**

**şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'diyetisyenasliayasli' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "diyetisyenasliayasli" kullanıcı isimli sayfanın 01.04.2024 tarihli gœrœnœmœnde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda œrnek olarak; '*Hepimize motivasyon olsun istediğim mœkemmел bir bravo. 51 yaşındaki sevgili danışanım Halise Hanımla online ve yœz yœze diyetle birlikte 2*

ayda tam 13 KG verip 45 CM inceldik. 5 yıldır 85 kilonun altına inemezken 2 ayda 88 den 75 kiloya düştük bile. Bu süreçte bizim için en kıymetli şey kısa sürede kullanmayı bıraktığımız tansiyon ve şeker ilaçlarımız oldu. Artık iki adım atınca nefes nefese kalmayı bırakın dakikalarca tempolu şekilde yürüyebilir hale geldik ve en önemlisi sağlıklı beslenme alışkanlığını hayatımıza geçirebildik. Artık korumadayız ve hala alışkanlıklarımıza çok güzel bir şekilde devam ediyoruz. Canım danışanımı azim ve istikrarından ötürü tebrik ediyorum. Online diyet ile dünyanın neresinde olursak olalım mucizeler yaratmak için bir telefon uzağınızdayım...Vücudumuzdaki toplam yağ miktarı kadar bu yağın nerede biriktiği de önemlidir. Karın-bel çevresindeki yağlanma vücudun alt kısmındaki (kalça) yağlanmaya göre sağlık açısından daha riskli ve tehlikelidir. Bunun nedeni; bel çevresindeki yağlanmanın iç organ yağlanmasını da beraberinde getirmesi ve bununla birlikte birçok hastalık için (karaciğer yağlanması, insülin direnci, tip-2 diyabet, kolesterol, kalp hastalıkları) risk oluşturmasıdır. Dünya Sağlık Örgütü Standartlarına göre; Erkeklerde  $\geq 94$  cm risk,  $\geq 102$  cm yüksek risk Kadınlarda;  $\geq 80$ cm risk,  $\geq 88$  cm yüksek risk teşkil etmektedir. Siz de mezura yardımıyla bel çevresi ölçümünüzü yapıp risk altında olup olmadığınızı öğrenebilirsiniz. Sağlıklı ve dengeli beslenmeyle beraber egzersizi de yaşam tarzı haline getirerek bel çevresindeki artışı kontrol altına alabilirsiniz. Eğer bel çevreniz bu değerlerde veya üzerindeyse sağlıklı bir yaşam için benimle iletişime geçebilirsiniz...Emziren danışanım sevgili Yeşim Hanım ile birlikte emeklerimizin, sabrımızın ve irademizin sonucunu 3 ayda 17 kg vererek aldık. Eskiden oldukça sağlıksız beslenmemize rağmen artık çok daha sağlıklı besleniyoruz ve bunu yaşamımıza geçirebilmeyi başardık. Bu süreçte hem süt salınımını hem de süt kalitesini artırdık ve artık daha sağlıklı bir vücuda ve geleceğe sahibiz. Emeklerimizin karşılığını aldığımız nice başarılarımıza...Gençleştik resmen, bu kadar mı fark eder. Sevgili danışanım Selda Hanımla online diyet ile birlikte 11 kg verip 52 cm inceldik. Kilomuzun neredeyse tamamını yağdan vererek çok güzel bir değişime imza attık. Canım danışanımı azim ve istikrarından ötürü tebrik ediyorum. Online diyet ile dünyanın neresinde olursak olalım mucizeler yaratmak için bir telefon uzağınızdayım. Detaylı bilgi ve randevu için 0553 350 11 07...Geçtiğimiz sezon Altınova Belediyespor'da oynayan futbolcu danışanım Bedirhanla sezon esnasında geçirdiği sakatlık sonucu kırılan köprücük kemiğini önce doğru beslenme ve fizyoterapi eşliğinde kaynattık. Daha sonra da istirahat esnasında bedenimizde oluşan artışları 2 ayda sıkı bir egzersiz programı ve egzersize uygun kişiselleştirilmiş beslenme planıyla kısa sürede toparladık...' gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "diyetisyenasliayasli" kullanıcı isimli sayfanın 01.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; 'Hepimize motivasyon olsun istediğim mükemmel bir bravo. 51 yaşındaki sevgili danışanım Halise Hanımla online ve yüz yüze diyetle birlikte 2 ayda tam 13 kg verip 45 cm inceldik. 5 yıldır 85 kilonun altına inemezken 2 ayda 88'den 75 kiloya düştük bile. Bu süreçte bizim için en kıymetli şey kısa sürede kullanmayı bıraktığımız tansiyon ve şeker ilaçlarımız oldu. Artık iki adım atınca nefes nefese kalmayı bırakın dakikalarca tempolu şekilde yürüyebilir hale geldik ve en önemlisi sağlıklı beslenme alışkanlığını hayatımıza geçirebildik. Artık korumadayız ve hala alışkanlıklarımıza çok güzel bir şekilde devam ediyoruz. Canım danışanımı azim ve istikrarından ötürü tebrik ediyorum. Online diyet ile dünyanın neresinde olursak olalım mucizeler yaratmak için bir telefon

uzağınızdayım...Vücudumuzdaki toplam yağ miktarı kadar bu yağın nerede biriktiği de önemlidir. Karın-bel çevresindeki yağlanma vücudun alt kısmındaki (kalça) yağlanmaya göre sağlık açısından daha riskli ve tehlikelidir. Bunun nedeni; bel çevresindeki yağlanmanın iç organ yağlanmasını da beraberinde getirmesi ve bununla birlikte birçok hastalık için (karaciğer yağlanması, insülin direnci, tip-2 diyabet, kolesterol, kalp hastalıkları) risk oluşturmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü Standartlarına göre; Erkeklerde  $\geq 94$  cm risk,  $\geq 102$  cm yüksek risk Kadınlarda;  $\geq 80$ cm risk,  $\geq 88$  cm yüksek risk teşkil etmektedir. Siz de mezura yardımıyla bel çevresi ölçümünüzü yapıp risk altında olup olmadığınızı öğrenebilirsiniz. Sağlıklı ve dengeli beslenmeyle beraber egzersizi de yaşam tarzı haline getirerek bel çevresindeki artışı kontrol altına alabilirsiniz. Eğer bel çevreniz bu değerlerde veya üzerindeyse sağlıklı bir yaşam için benimle iletişime geçebilirsiniz...Emziren danışanım sevgili Yeşim Hanım ile birlikte emeklerimizin, sabrımızın ve irademizin sonucunu 3 ayda 17 kg vererek aldık. Eskiden oldukça sağlıksız beslenmemize rağmen artık çok daha sağlıklı besleniyoruz ve bunu yaşamımıza geçirebilmeyi başardık. Bu süreçte hem süt salınımını hem de süt kalitesini artırdık ve artık daha sağlıklı bir vücuda ve geleceğe sahibiz. Emeklerimizin karşılığını aldığımız nice başarılarımıza...Gençleştik resmen, bu kadar mı fark eder. Sevgili danışanım Selda Hanımla online diyet ile birlikte 11 kg verip 52 cm inceldik. Kilomuzun neredeyse tamamını yağdan vererek çok güzel bir değişime imza attık. Canım danışanımı azim ve istikrarından ötürü tebrik ediyorum. Online diyet ile dünyanın neresinde olursak olalım mucizeler yaratmak için bir telefon uzağınızdayım. Detaylı bilgi ve randevu için 0553 350 11 07...Geçtiğimiz sezon Altınova Belediyesper'da oynayan futbolcu danışanım Bedirhanla sezon esnasında geçirdiği sakatlık sonucu kırılan köprücük kemiğini önce doğru beslenme ve fizyoterapi eşliğinde kaynattık. Daha sonra da istirahat esnasında bedenimizde oluşan artışları 2 ayda sıkı bir egzersiz programı ve egzersize uygun kişiselleştirilmiş beslenme planıyla kısa sürede toparladık...' gibi ifadelerle yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlar ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık meslek mensubu olarak hizmet sunan 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;

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-g ve 5/2 nci 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

98)

**Dosya No: 2024/1500**

**Şikayet Edilen: Dt. Büşra KABAĞAÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dt.busraakabaagac' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dt.busraakabaagac" kullanıcı isimli sayfanın 02.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *'Doğru uyguladığımız #kanal tedavisi ile diş köklerindeki enfeksiyon odaklarını iyileştirerek dişlerinizi sağlıklı ağızda tutabiliriz...bugünkü #implant larımız...Bu hastam 4 yıl önce implant için bana geldiğinde ön dişi ve arkadaki çürük dişlerini ağızda tutmak için çok ısrar etmeme rağmen başka bir klinikte dişlerini çektirip implantlarını bana yaptırmıştı. Her ne kadar diş kayıplarına çok üzülsem de implantlarımızın 4.Yıl da ağız içi durumları gayet güzel görünüyor...Tüm dişlerini kaybetmiş hastalarımız için implantüstü hareketli protezler takıp çıkarılan protezlere göre çok büyük konfor sağlamaktadır...Günün implantüstü protezlerini de sahibine kavuşturduk...Şeffaf plak tedavisine başlamadan önce bilgisayar analizi ile diş hareketlerinizi planlayabildiğimizi biliyor muydunuz?...#kompozitlamina sonrası...#şeffafplaklarla ortodontik tedavi sonrası ön 2 dişe #lamineveneer uyguladığımız hastamızın gülüş tasarımını interdisipliner tedavi yaklaşımıyla bitirdik...'* gibi ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dt.busraakabaagac" kullanıcı isimli sayfanın 02.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *'Doğru uyguladığımız #kanal tedavisi ile diş köklerindeki enfeksiyon odaklarını iyileştirerek dişlerinizi sağlıklı ağızda tutabiliriz...bugünkü #implant larımız...Bu hastam 4 yıl önce implant için bana geldiğinde ön dişi ve arkadaki çürük dişlerini ağızda tutmak için çok ısrar etmeme rağmen başka bir klinikte dişlerini çektirip implantlarını bana yaptırmıştı. Her ne kadar diş kayıplarına çok üzülsem de implantlarımızın 4.Yıl da ağız içi durumları gayet güzel görünüyor...Tüm dişlerini kaybetmiş hastalarımız için implantüstü hareketli protezler takıp çıkarılan protezlere göre çok büyük konfor sağlamaktadır...Günün implantüstü protezlerini de sahibine kavuşturduk...Şeffaf plak tedavisine başlamadan önce*

*bilgisayar analizi ile diş hareketlerinizi planlayabildiğimizi biliyor muydunuz?...#kompozitlamina sonrası...#şeffafplaklarlaortodontikedavi sonrası ön 2 dişe #laminateneer uyguladığımız hastamızın gülüş tasarımını interdisipliner tedavi yaklaşımıyla bitirdik...*' gibi ifadelere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin sağlık alanında çalışan ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen ve tıbbi işlemlere yönelik talep yaratan nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri 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,

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı ve 5/2 ve 7/1 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

99)

**Dosya No: 2024/3022**

**şikayet Edilen: Ebru YAĞIş (Dermawhite Güzellik Salonu)**

**şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "dermawhiteguzellik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.02.2024

## **Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde, kuruluşa ait "dermawhiteguzellik" kullanıcı isimli sayfanın 02.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *'Medikal Cilt Bakımı, Ameliyatsız Yüz Germe, Kolajen İp Dolgu, Fibrolast Ameliyatsız Boyun Germe, Ameliyatsız Yüz Germe, Fibrolast, HIFU Bacak Germe, Göz Altı Torbalanma Fibrolast'* gibi tıbbi işlemlerin kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin uygulanma öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, diğer taraftan inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "Dermawhite Clinic" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; gerek 'sağlık kuruluşu' gerekse 'güzellik salonu' olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmamasına rağmen, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "dermawhiteguzellik" kullanıcı isimli sayfanın 02.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *'Medikal Cilt Bakımı, Ameliyatsız Yüz Germe, Kolajen İp Dolgu, Fibrolast Ameliyatsız Boyun Germe, Ameliyatsız Yüz Germe, Fibrolast, HIFU Bacak Germe, Göz Altı Torbalanma Fibrolast'* gibi tabiiler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin uygulandığına yönelik tanıtımlara; ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin uygulanma öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, dolayısıyla sağlık alanında herhangi bir faaliyette bulunulmamasına rağmen adı geçen sağlık hizmetlerine ilişkin tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluş adı olarak "Dermawhite Clinic" isminin belirtildiği, ancak ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, dolayısıyla şayet bir "sağlık kuruluşu" olarak faaliyet gösterilmekte ise bu isimle tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu, diğer taraftan şayet bir "güzellik salonu" olarak faaliyet gösterilmekte ise bu durumda da söz konusu tanıtımlarda kuruluş türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı, bu doğrultuda 'sağlık kuruluşu' ve/veya 'güzellik salonu' olarak faaliyet gösterebilmek için herhangi bir ruhsata sahip olmadığı da göz önüne alındığında inceleme konusu tanıtımlarda ilgili ifadeye yer verilmesinin her halükarda mevzuata aykırı 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 30, 31 ve Geçici 5/2 nci maddeleri,

- 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ebru YAĞIŞ (Dermawhite Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**100)**

**Dosya No: 2024/3042**

**Şikayet Edilen: Enes KIZILCIK (Anadolu Grup Optik)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "anadoluoptikbursa" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*...Optik gözlük çerçevelerinde yeni sezon Tommy Hilfiger kalitesi...Dolce&Gabbana optik gözlükleri ile şıklığı yüzünüzde hissedin...*' gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait; "anadoluoptikbursa" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*...Optik gözlük çerçevelerinde yeni sezon Tommy Hilfiger kalitesi...Dolce&Gabbana optik gözlükleri ile şıklığı yüzünüzde hissedin...*' gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15 inci maddesi,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Enes KIZILCIK (Anadolu Grup Optik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

101)

**Dosya No: 2024/3045**

**Şikayet Edilen: Sebahat ÖZTÜRK (Emin Optik)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "eminoptikbeysehir" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*... Göz alıcı çerçeveleriyle Osse optik çerçevelerimiz raflarda yerini aldı!... Lens stoklarımızı zenginleştirdik...*' gibi ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait; "eminoptikbeysehir" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*...Göz alıcı çerçeveleriyle Osse optik çerçevelerimiz raflarda yerini aldı!...Lens stoklarımızı zenginleştirdik...*' gibi ifadeler yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların *tüketicie hitaben* reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği



reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sebahat ÖZTÜRK (Emin Optik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2024/4169**

**şikayet Edilen: İlayda YAMAÇ (İlayda Clinimed Güzellik Salonu)**

**şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "ilaydaclinimed" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.09.2023, 05.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde "ilaydaclinimed" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda, "*botoks, dolgu, mezoterapi*" gibi çok sayıda tıbbi işlem tanıtımına ve tedavi öncesi/sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde "ilaydaclinimed" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken "*botoks, dolgu, mezoterapi*" gibi tıbbi işlemlerin yapıldığı yönünde izlenim oluşturulduğu,

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak söz konusu salonların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağının hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 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 ruhsatlandırılmayan kuruluşun yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik söz konusu tanıtımlarının kamu sağlığını bozucu, tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, ayrıca ilgili mevzuatta tanıtımlarda kuruluş isimlerinin açıkça "salon" olarak belirtilmesi gerektiği düzenlenmesine rağmen inceleme konusu tanıtımlarda kuruluş adı olarak "İlaydaClinimed" isminin kullanılması sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı 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 Ek 13 üncü maddeleri,
- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kurşları Hakkında Yönetmelik'in 31 ve Geçici 5/2 nci maddeleri,
- 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 Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İlayda YAMAÇ (İlayda Clinimed Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

103)

**Dosya No: 2024/4170**

**Şikayet Edilen: Feyza Grup Medikal San. ve Tic. Ltd. Şti. (Lavish Hera)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde, "lavishhera" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "#ameliyatsızüzgerme, #gençlikaşısı, #dermapen, #mezoterapi, #dövmesilme, #prp... Klinik ortamında sertifikalı uzmanlar tarafından yapılan uygulamalar ile L lavish Hera'yı keşfetmeye bekliyoruz... Bugüne özel herhangi bir hizmet alan her danışanımıza Gençlik Aşısı ya da Somon DNA hediye..." gibi çok sayıda tıbbi işlem tanıtımına ve görüntülere yer verildiği,

www.lavishhera.com adresli internet sitesinde ise örnek olarak; "Kliniğimiz İstanbul'un her yerinden kolay ve hızlı ulaşabileceğiniz Kadıköy'de hizmet vermektedir...Soğuk lipoliz sıklıkla kullanılan bir incelme tedavisidir..." gibi ifadelerle yer verildiği ve bahsi geçen instagram hesabında ve internet sitesinde kuruluşun "Clinic" ismiyle tanıtılarak bir "sağlık kuruluşu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde "lavishhera" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "#ameliyatsızüzgerme, #gençlikaşısı, #dermapen, #mezoterapi, #dövmesilme, #prp... Klinik ortamında sertifikalı uzmanlar tarafından yapılan uygulamalar ile L lavish Hera'yı keşfetmeye bekliyoruz... Bugüne özel herhangi bir hizmet alan her danışanımıza Gençlik Aşısı ya da Somon DNA hediye..." gibi çok sayıda tıbbi işlem tanıtımına ve görüntülere yer verildiği,

www.lavishhera.com adresli internet sitesinde ise örnek olarak; "Kliniğimiz İstanbul'un her yerinden kolay ve hızlı ulaşabileceğiniz Kadıköy'de hizmet vermektedir...Soğuk lipoliz sıklıkla kullanılan bir incelme tedavisidir..." gibi ifadelerle yer verildiği ve güzellik salonu ruhsatı ile faaliyet göstermesine rağmen bahsi geçen instagram hesabında ve internet sitesinde kuruluşun "Clinic" ismiyle tanıtılarak bir "sağlık kuruluşu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu 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 Ek 13 üncü maddeleri,

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

- 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Feyza Grup Medikal San. ve Tic. Ltd. Şti. (Lavish Hera)** 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.

104)

**Dosya No: 2024/4171**

**Şikayet Edilen: İBC Güzellik Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (İstanbul Clinic)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde, "istanbulclinicbagcilar" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "*Mezoterapinin cilde etkileri nelerdir? Yüz germe işlemi nedir? Tedavi ile lekelerden kurtulmak mümkün müdür?*" gibi ifadelerin yanı sıra "*Dövme silme ve medikal cilt bakımı*" gibi tıbbi işlem tanıtımlarına yer verildiği ve kuruluşun "Clinic" ismiyle tanıtılarak bir "sağlık kuruluşu" olarak faaliyet gösterdiği yönünde izlenim oluşturduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde "istanbulclinicbagcilar" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "*Mezoterapinin cilde etkileri nelerdir? Yüz germe işlemi nedir? Tedavi ile lekelerden*

*kurtulmak mümkün müdür?" gibi ifadelerin yanı sıra "Dövme silme ve medikal cilt bakımı" gibi tıbbi işlem tanıtımlarına yer verildiği, herhangi bir ruhsatname ve iş yeri açma belgesi olmamasına rağmen kuruluşun "Clinic" ismiyle tanıtılarak bir "sağlık kuruluşu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu,*

Bilindiği gibi, "Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan, "Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır." hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkisi bulunmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldattıcı olmasının yanı sıra kamu sağlığını bozucu etkisinin de bulunduğu 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 Ek 13 üncü maddeleri,

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

- 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İBC Güzellik Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (İstanbul Clinic)** 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.

105)

**Dosya No: 2024/4174**

**Şikayet Edilen: Mustafa ATAŞ (İona Beauty Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.09.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde, "ionaguzellik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "*Dermapen yapıyor musunuz? Merhabalar efendim dermapen bakımı yapıyoruz. Dermapen bakımı için randevu oluşturmayı unutmayınız.*" ifadelerine yer verildiği, "*rosacea*" hastalığı hakkında bilgilendirme yapıldığı ve tabipler tarafından uygulanması gereken "*dermapen, leke tedavisi*" gibi tıbbi işlem tanıtımlarının kuruluşunuz tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "www.instagram.com" adresli sosyal paylaşım sitesinde "ionaguzellik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "*Dermapen yapıyor musunuz? Merhabalar efendim dermapen bakımı yapıyoruz. Dermapen bakımı için randevu oluşturmayı unutmayınız.*" ifadelerine yer verildiği, "*rosacea*" hastalığı hakkında bilgilendirme yapıldığı ve tabipler tarafından uygulanması gereken "*dermapen, leke tedavisi*" gibi tıbbi işlem tanıtımlarının kuruluş tarafından da uygulandığına yönelik tanıtımlarda bulunulduğu,

Bilindiği gibi, "Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik

kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan, “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.*” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

Bu bağlamda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkisi bulunmayan kuruluşunuzun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olmasının yanı sıra kamu sağlığını bozucu etkisinin de bulunduğu 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 Ek 13 üncü maddeleri,

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

- 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mustafa ATAŞ (İona Beauty Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL**

(Üçyüz kırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

106)

Dosya No: 2024/4172

Şikayet Edilen: Dr. Şeyda KARA

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.seydakara" kullanıcı isimli sayfa, "www.drseydakara.com" isimli internet sitesi ile "www.doktortakvimi.com" adresli sitede yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.10.2023 ve 03.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "dr.seydakara" kullanıcı isimli sayfada örnek olarak; "yüz askılama, botoks, dudak dolgusu, badem göz estetiği" gibi tedavi isimleri ile tedavi görüntülerine yer verildiği,

"www.drseydakara.com" isimli internet sitesinde örnek olarak; "... 2013 yılından itibaren Antalya'da kendi kliniğinde Medikal Estetik ve Tamamlayıcı Tıp alanında hizmet vermektedir ..." ifadelerine yer verildiği,

"www.doktortakvimi.com adresli sitesinde ise örnek olarak; "botoks, dolgu, ve akupunktur" gibi tedavi isimleri sayılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "dr.seydakara" kullanıcı isimli sayfada örnek olarak; "yüz askılama, botoks, dudak dolgusu, badem göz estetiği" gibi tedavi isimleri ile tedavi görüntülerine yer verildiği,

"www.drseydakara.com" isimli internet sitesinde örnek olarak; "...2013 yılından itibaren Antalya'da kendi kliniğinde Medikal Estetik ve Tamamlayıcı Tıp alanında hizmet vermektedir..." ifadelerine yer verildiği, "www.doktortakvimi.com adresli sitesinde "botoks ve dolgu" gibi tedavi isimleri sayılarak tanıtım yapıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda şikayete konu muayenehanede pratisyen hekim olmasına rağmen "yüz askılama, botoks, dudak dolgusu ve badem göz estetiği" gibi medikal estetik işlemlerin uygulandığı yönünde tanıtımlarda bulunduğu, ancak bu işlemlerin Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi Uzmanı ile Deri ve Zührevi Hastalıklar Uzmanı ve Sağlık Bakanlığınca tescil edilmiş Medikal Estetik Uygulamaları Sertifikası bulunan hekimler tarafından yapılabileceği, dolayısıyla yetki alanında bulunmayan konularla ilgili olarak



tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olarak tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, bununla birlikte söz konusu sosyal medya hesabında yer alan ifade ve görüntülerin sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğunun değerlendirildiği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlar ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı 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,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2 ve 7/1 inci maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Şeyda KARA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine, **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para cezası** verilmesine karar verilmiştir.

107)

**Dosya No: 2024/4173**

**Şikayet Edilen: Dr. Galip Neşet CERİT**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "ncvitaesth\_clinic" kullanıcı isimli sayfa ile "www.drnesetcerit.com" isimli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "www.drnesetcerit.com adresli internet sitesinin 11.10.2023 tarihli görünümünde "Hizmetlerimiz" başlığı altında "Medikal Estetik" ifadesine yer verildiği, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "ncvitaesth\_clinic" kullanıcı isimli sayfanın 11.10.2023 tarihli görünümünde ise operasyon görüntülerine ve "Dudak dolgusu... Ağrısız sağlıklı güzel yaşam... Erkekler için botoks..." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "www.drnesetcerit.com adresli internet sitesinde "Hizmetlerimiz" başlığı altında "Medikal Estetik" ifadesine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "ncvitaesth\_clinic" kullanıcı isimli sayfada operasyon görüntülerine ve "Dudak dolgusu... Ağrısız sağlıklı güzel yaşam... Erkekler için botoks..." ifadelerine yer verildiği, inceleme konusu tanıtımlarda "dolgu ve botoks" gibi medikal estetik işlemlerin uygulandığı yönünde tanıtımlarda bulunduğu, ancak bu işlemlerin Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi Uzmanı ile Deri ve Zührevi Hastalıklar Uzmanı ve Sağlık Bakanlığınca tescil edilmiş Medikal Estetik Uygulamaları Sertifikası bulunan hekimler tarafından yapılabileceği, dolayısıyla yetki alanında bulunmayan konularla ilgili olarak tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olarak tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, bununla birlikte söz konusu sosyal medya hesabında yer alan ifade ve görüntülerin sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğunun değerlendirildiği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlar ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı 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,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-1, 5/2 ve 7/1 inci maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Galip Neşet CERİT** 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.

108)

**Dosya No: 2024/2075**

**Şikayet Edilen: Esra ÇABUK CÖMERT**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.esracabukcomert" kullanıcı isimli sayfanın 11.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda şahsın kendisini; "*Kozmetik Jinekolog & Tüp Bebek Uzmanı*" olarak tanıttığına yönelik ifadelere,

Bununla birlikte, "*Bu sefer de Ankara'dan gelen güzel hastama Labioplasti + vajinal dolgu + renk açma işlemi yaptım. Ve de iple vajinal lifting uygulaması yaptım. Günü birlik yapılan bu işlemlerde sabah yaptırıp akşam evinize rahatlıkla dönebilirsiniz. Daha ayrıntılı bilgi için bizim kliniği arayıp bilgi alabilirsiniz #labioplasti... Efsane vakaların efsane ismi Opr. Dr.Esra Çabuk Cömert ile sürece beraber bakalım. En iyi iletişim yolu konuşmaktır. Lokasyonumuz: Türkiye'nin başkenti gibi sağlığın da başkenti Ankara... Türkiye'nin birçok yerinden gelen güzel hastalarım var benim... Biz de bu güzel hastaya labioplasti, vajinoplasti, perineoplasti ve idrar kesesi ameliyatı yaptım. Kısa soru cevaplarla devam edelim... Tüp bebek tedavi sonuçlarım güzel geldikçe benden mutlusuz yok... O zaman ikizlerimize hoşgeldin diyelim... Almanya'dan gelen güzel hasta gülerken hapsirirken idrar kaçıran hastalarımız her zaman olabilir. Alttan yapılan küçük bir kesi ile idrar kaçırmamız %80 oranında azalır. #esracabukcomert #idarkaçırmacerrahisi Çok hastam acaba lazer olabilir mi diyerek gelir? Lakin çok az hasta idrar kaçırmaya için adaydır... Lazeri genç hastada tercih ediyorum. Ama oldu da her daim idrar kaçırsa o zaman cerrahi öneriyorum. Mini-Sling ameliyatı alttan yapılan küçük 1 cm'lik kesi ile yapılan, o bölgeye küçük bir yama yerleştirdiğimiz ameliyattır. Daha ayrıntılı bilgi için arayabilirsiniz... Peki dış dudakta olan bolluğa vajinal dolgu mu koyalım? Yoksa yağ dokusu mu koyalım??? Ayrıntılar video da... Çok aşk diyebileceğim bir seviye... 3800 gr ağırlığında minnoş Arslan bebek... Hpv sadece rahim ağzı kanseri mi yapar???? Bir de VIN var, vulvar intraepitelyal neoplazi... Geçmeyen kaşıntı da yapmanız gereken tek şey bizden randevu almak... Kolposkopi rahim ağzında gözle göremediğimiz bir olay varsa o bölgeden kameralı bir aletle parça alma işlemidir... Yüksek riskli Hpv virüsünüz varsa, bu işlemi yaptırabilirsiniz... Tüp bebek tedavisinde sonuçlardan başka güzel ne olabilir?..." gibi ifadeler*

ile sağlık hizmeti sunumuna ilişkin tanıtımlara ayrıca tıbbi girişim esnasında ve ameliyathanede hasta görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait; "dr.esracabukcomert" kullanıcı isimli sayfanın 11.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, şahsın kendisini "*Kozmetik Jinekolog & Tüp Bebek Uzmanı*" olarak tanıttığına yönelik ifadelere,

Bununla birlikte, "*Bu sefer de Ankara'dan gelen güzel hastama Labioplasti + vajinal dolgu + renk açma işlemi yaptım. Ve de iple vajinal lifting uygulaması yaptım. Günü birlik yapılan bu işlemlerde sabah yaptırıp akşam evinize rahatlıkla dönebilirsiniz. Daha ayrıntılı bilgi için bizim kliniği arayıp bilgi alabilirsiniz #labioplasti... Efsane vakaların efsane ismi Opr. Dr. Esra Çabuk Cömert ile sürece beraber bakalım. En iyi iletişim yolu konuşmaktır. Lokasyonumuz: Türkiye'nin başkenti gibi sağlığın da başkenti Ankara... Türkiye'nin birçok yerinden gelen güzel hastalarım var benim... Biz de bu güzel hastaya labioplasti, vajinoplasti, perineoplasti ve idrar kesesi ameliyatı yaptım. Kısa soru cevaplarla devam edelim... Tüp bebek tedavi sonuçlarım güzel geldikçe benden mutusu yok... O zaman ikizlerimize hoşgeldin diyelim... Almanya dan gelen güzel hasta gülerken hapşırırken idrar kaçıran hastalarımız her zaman olabilir. Alttan yapılan küçük bir kesi ile idrar kaçırmamız %80 oranında azalır. #esracabukcomert #idarkaçırmacerrahisi Çok hastam acaba lazer olabilir mi diyerek gelir? Lakin çok az hasta idrar kaçırmaya için adaydır... Lazeri genç hastada tercih ediyorum. Ama oldu da her daim idrar kaçıırıyorsa o zaman cerrahi öneriyorum. Mini-Sling ameliyatı alttan yapılan küçük 1 cm'lik kesi ile yapılan, o bölgeye küçük bir yama yerleştirdiğimiz ameliyattır. Daha ayrıntılı bilgi için arayabilirsiniz... Peki dış dudakta olan bolluğa vajinal dolgu mu koyalım? Yoksa yağ dokusu mu koyalım??? Ayrıntılar video da... Çok aşk diyebileceğim bir seviye... 3800 gr ağırlığında minnoş Arslan bebek... Hpv sadece rahim ağzı kanseri mi yapar???? Bir de VIN var, vulvar intraepitelyal neoplazi... Geçmeyen kaşıntı da yapmanız gereken tek şey bizden randevu almak... Kolposkopi rahim ağzında gözle göremediğimiz bir olay varsa o bölgeden kameralı bir aletle parça alma işlemidir... Yüksek riskli Hpv virüsünüz varsa, bu işlemi yaptırabilirsiniz... Tüp bebek tedavisinde sonuçlardan başka güzel ne olabilir?... "* gibi ifadeler ile sağlık hizmeti sunumuna ilişkin tanıtımlara ayrıca tıbbi girişim esnasında ve ameliyathanede hasta görüntülerine yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde 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, diğer taraftan sağlık meslek mensupları ile sağlık hizmetlerinde çalışan diğer meslek mensuplarının iş ve görev tanımlarını düzenleyen Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'te "*Kozmetik Jinekolog & Tüp Bebek Uzmanı*" şeklinde bir meslek mensubu tanımı yapılmamış olmasına rağmen inceleme konusu tanıtımlarda bu yönde bir unvan kullanılmasının ilgili mevzuata aykırı olarak tüketicileri aldaticı, yanıltıcı 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 Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/2 ve 7/1-g 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, 7/5-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Esra ÇABUK CÖMERT** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

109)

**Dosya No: 2024/3278**

**Şikayet Edilen: Erdem Güçlüer Optik İnş. Gay. Med. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şirkete ait "erdemoptikaksaray" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "erdemoptikaksaray" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "2024 New Collections Optik Gözlük Çerçevesine bayılacaksınız. Her stilin vazgeçilmezi markalarımızı keşfedin... Aksaray Valimiz Sn. Mehmet Ali Kumbuzoğlu'nun Gözlüğünün Siparişini Aldık.Tercihi Nikon Progresif Cam Oldu Güzel Günlerde Kullanmasını Diliyoruz. Bizi Tercih Ettiği İçin Teşekkürlerimizi Sunuyoruz... Günün her anı aktif olan çocukların özel ihtiyaçlarına uyum sağlayan Hoya Pnx Kids gözlük camları çocukların güvenliği için tam koruma sağlar. Kristal niteliğinde net görüş. İnce ve hafif.

*Kırılmaya ve darbelere karşı dayanıklı. Daha fazla bilgi için Şatış Danışmanlarımız İle Sıcak Bir Kahve İçerken Bilgi Alabilirsiniz... 14 Yaşına Kadar Hızlı Miyop Artışını İleri Derecede Durdurabilen Miyosmart Gözlük Camları Sadece Ve Sadece Erdem Optik'te. Miyosmart Nedir ?? Çocuklarda miyopinin ilerleme hızının yavaşlatılması için geliştirilmiş, güvenilir kanıtlara sahip yenilikçi bir çözümdür. Çocuklarımızın geleceklerine odaklanabilmeleri için miyopiyle birlikte mücadele edebiliriz. Daha fazla bilgi için Şatış Danışmanlarımız İle Sıcak Bir Kahve İçerken Bilgi Alabilirsiniz. Göz sağlığını önemsiyoruz... 2024 New Collections #prada Optik Gözlük Çerçevesine bayılacaksınız. Her stilin vazgeçilmezi markalarımızı keşfedin..." gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait; "erdemoptikaksaray" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "2024 New Collections Optik Gözlük Çerçevesine bayılacaksınız. Her stilin vazgeçilmezi markalarımızı keşfedin... Aksaray Valimiz Sn. Mehmet Ali Kumbuzoğlu'nun Gözlüğünün Siparişini Aldık.Tercihini Nikon Progresif Cam Oldu Güzel Günlerde Kullanmasını Diliyoruz. Bizi Tercih Ettiği İçin Teşekkürlerimizi Sunuyoruz... Günün her anı aktif olan çocukların özel ihtiyaçlarına uyum sağlayan Hoya Pnx Kids gözlük camları çocukların güvenliği için tam koruma sağlar. Kristal niteliğinde net görüş. İnce ve hafif. Kırılmaya ve darbelere karşı dayanıklı. Daha fazla bilgi için Şatış Danışmanlarımız İle Sıcak Bir Kahve İçerken Bilgi Alabilirsiniz... 14 Yaşına Kadar Hızlı Miyop Artışını İleri Derecede Durdurabilen Miyosmart Gözlük Camları Sadece Ve Sadece Erdem Optik'te. Miyosmart Nedir?? Çocuklarda miyopinin ilerleme hızının yavaşlatılması için geliştirilmiş, güvenilir kanıtlara sahip yenilikçi bir çözümdür. Çocuklarımızın geleceklerine odaklanabilmeleri için miyopiyle birlikte mücadele edebiliriz. Daha fazla bilgi için Şatış Danışmanlarımız ile Sıcak Bir Kahve İçerken Bilgi Alabilirsiniz. Göz sağlığını önemsiyoruz... 2024 New Collections #prada Optik Gözlük Çerçevesine bayılacaksınız. Her stilin vazgeçilmezi markalarımızı keşfedin..." gibi ifadelerle yer verildiği,

Ancak, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği tüketicilere hitaben reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1-a ve 15/1-b maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erdem Güçlüer Optik İnş. Gay. Med. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca anılan reklamları durdurma cezası **verilmesine** karar verilmiştir.

110)

**Dosya No: 2024/3896**

**Şikayet Edilen: Rıdvan CEYLAN**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.05.2024, 30.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.ridvanceylan" kullanıcı isimli sayfanın 16.05.2024 ve 30.05.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "*Hastamızın 6 aylık değişimi... Kendi dişlerinizle Gülüş Tasarımı... Kendisine çene ameliyatı olmadan düzelmez denilen hastamızın Ortodontik Tedaviyle 10 aylık değişimi... Kısa sürede kendi dişlerinizle (dişler kesilmeden) Gülüş Tasarımı. 30 yaşındaki doktor hastamızın sadece üst çene ortodontik tedavisini 3,5 ayda bitirdik... Hızlı Ortodontik Tedavi...*" gibi ifadeler ile tedavinin etkilerini kıyaslayıcı ve talep oluşturan nitelikte öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiği, ayrıca mevzuatta "diş tabibi" olarak nitelendirilen şahsın söz konusu tanıtımlarda "dr." kısaltması kullanılarak tabip olduğu yönünde tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.ridvanceylan" kullanıcı isimli sayfanın 16.05.2024 ve 30.05.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "*Hastamızın 6 aylık değişimi... Kendi dişlerinizle Gülüş Tasarımı... Kendisine çene ameliyatı olmadan düzelmez denilen hastamızın Ortodontik Tedaviyle 10 aylık değişimi... Kısa sürede kendi dişlerinizle (dişler kesilmeden) Gülüş Tasarımı. 30 yaşındaki doktor hastamızın sadece üst çene ortodontik tedavisini 3,5 ayda bitirdik... Hızlı Ortodontik Tedavi...*" gibi ifadeler ile tedavinin etkilerini kıyaslayıcı ve talep oluşturan nitelikte öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifadeler ve görseller ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, ayrıca 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 Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı ve 7/1-g 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

111)

**Dosya No: 2024/3897**

**Şikayet Edilen: Cemre GEZE**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.05.2024, 30.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.cemregezedental" kullanıcı isimli sayfanın 16.05.2024 ve 30.05.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *"Your Family Dental Service - Aile Diş Hizmetiniz... Hep istediğiniz ama ertelediğiniz yeni bir gülümseme için kliniğimize bekleriz... We welcome you to our clinic for a new smile that you have always wanted but postponed... Мы рады приветствовать вас в нашей клинике за новой улыбкой, которую вы всегда хотели, но откладывали... Invisalign ile gülümseme yolculuğumuz devam ediyor! #InvisalignKontrol #GülümsemeYolculuğu #DişSağlığı #Invisalign Kontrol #GülümsemeYolculuğu #DişSağlığı..."* gibi ifadelerle yer verildiği, bununla birlikte şahıs tarafından "Uluslararası Sağlık Turizmi" alanında faaliyet göstermek adına Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmediği halde yabancı dilde tanıtımlara yer vererek o alanda hizmet



sunulduğu yönünde tanıtımlarda bulunulduğu, ayrıca mevzuatta "diş tabibi" olarak nitelendirilen şahsın söz konusu tanıtımlarda "dr." kısaltması kullanılarak tabip olduğuna dair paylaşımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.cemregezedental" kullanıcı isimli sayfanın 16.05.2024 ve 30.05.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "...*Hep istediğiniz ama ertelediğiniz yeni bir gülümseme için kliniğimize bekleriz... Invisalign ile gülümseme yolculuğumuz devam ediyor! #InvisalignKontrol #GülümsemeYolculuğu #DişSağlığı #Invisalign Kontrol #GülümsemeYolculuğu #DişSağlığı...*" gibi ifadelerle 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,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda "*Your Family Dental Service - Aile Diş Hizmetiniz... We welcome you to our clinic for a new smile that you have always wanted but postponed... Мы рады приветствовать вас в нашей клинике за новой улыбкой, которую вы всегда хотели, но откладывали...*" gibi ifadelerle yer verildiği, ancak şahsın "Uluslararası Sağlık Turizmi" alanında faaliyet gösterebilmek adına şahsen Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmediği göz önüne alındığında, sağlık turizmi alanına yönelik olacak şekilde yabancı dilde tanıtımlarda bulunulmasının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda "*Dr. Cemre Geze Dental Clinic*" ifadesine yer verildiği, ancak şahsın Özel FS Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği isimli sağlık kuruluşunda çalıştığı dikkate alındığında, söz konusu ifadeye yer verilerek bahsi geçen isim ile şahsa ait bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim oluşturulmasının ilgili mevzuata aykırı olarak 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 40 ıncı maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik'in 4/1-ğ ve 12/1 inci maddeleri,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 27/2-a ve 27/2-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

112)

**Dosya No: 2024/3898**

**Şikayet Edilen: Özel Dentriva Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.05.2024, 06.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "dentrivaortodonti" kullanıcı isimli sayfanın 16.05.2024 ve 06.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Hastamızın 2,5 aylık değişimi... Kendisine çene ameliyatı olmadan düzelmez denilen hastamızın kapanışını ameliyatsız sadece Ortodontik Tedaviyle düzelttik... Ameliyatsız Çene Düzeltimi... Hızlı Ortodontik Tedavi..."* gibi ifadeler ile tedavinin etkilerini kıyaslayıcı ve talep oluşturan nitelikte öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "dentrivaortodonti" kullanıcı isimli sayfanın 16.05.2024 ve 06.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Hastamızın 2,5 aylık değişimi... Kendisine çene ameliyatı olmadan düzelmez denilen hastamızın kapanışını ameliyatsız sadece Ortodontik Tedaviyle düzelttik. Ameliyatsız Çene Düzeltimi... Hızlı Ortodontik Tedavi..."* gibi ifadeler ile tedavinin etkilerini kıyaslayıcı ve talep oluşturan nitelikte öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiği, dolayısıyla söz konusu ifade ve görüntüler ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz konusu tanıtımların

sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8 inci maddesi,

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı ve 7/1 inci maddeleri,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 25/1 maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Dentriva Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

113)

**Dosya No: 2024/3946**

**Şikayet Edilen: Buket Kamer ÖNER**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "fizyobukayseri" kullanıcı isimli sayfanın 04.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; *"GTOS Terapi nedir? GTOS Terapi, tüm yumuşak dokuda (kas, tendon, fasya, ligament) oluşan, akut veya kronik siddetli ağrı, his kaybı ve hareket kısıtlamalarına neden olan Agri-Spazm-Agri döngüsünü kırarak anında ve kalıcı çözüm salayan nöromusküler bir tedavi yöntemidir. Herhangi Bir Yan Etkisi Var Mı? Deride oluşabilecek kızarmalar haricinde, hiçbir yan etkisi veya sakatlanma ihtimali yoktur. Herkese her an birçok kez uygulanabilir. Yaş,*

*cinsiyet, kilo, hamilelik veya eşlik eden diğer rahatsızlıklar GTOS Terapi uygulanmasına engel değildir... Sirt, bel ve bacak ağrısıyla gelen Emine Hanım da ağrılarını veda etti Kendisine sağlıklı bir ömür dileriz... Diz protez cerrahisi tedavi seansı. Benzer şikayetleriniz var ise bize ulaşabilirsiniz... Bel fıtığı ve bel ağrısı şikayeti ile bize başvuran Öykü Hanım da ağrılarını veda etti. Kendisine sağlıklı bir ömür dileriz... Omurga kaynaklı ağrılarınız için bize ulaşabilirsiniz... Bel fıtığına bağlı ağrı, uyuşma, karıncalanma şikayetleriniz için bize başvurabilirsiniz... Fibromiyalji ağrılarınız için bize ulaşabilirsiniz... Diz ve kalça ağrılarında mı şikayetçisiniz? Kas iskelet sistemi ağrıları başta olmak üzere birçok ağrılı durumda, iğnesiz, ilaçsız ve yan etkisiz çözümler: Gtos Terapide..." gibi ifadeler ile sağlık hizmeti sunumuna ilişkin tanıtımlara, ayrıca "Bel Fıtığı, Sirt, Bel ve Bacak Ağrısı, Spazm, Uyuşma" gibi hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "fizyobukayseri" kullanıcı isimli sayfanın 04.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; "GTOS Terapi nedir? GTOS Terapi, tüm yumuşak dokuda (kas, tendon, fasya, ligament) oluşan, akut veya kronik siddetli ağrı, his kaybı ve hareket kısıtlamalarına neden olan Agri-Spazm-Agri döngüsünü kırarak anında ve kalıcı çözüm salayan nöromusküler bir tedavi yöntemidir. Herhangi Bir Yan Etkisi Var Mı? Deride oluşabilecek kızarmalar haricinde, hiçbir yan etkisi veya sakatlanma ihtimali yoktur. Herkese her an birçok kez uygulanabilir. Yaş, cinsiyet, kilo, hamilelik veya eşlik eden diğer rahatsızlıklar GTOS Terapi uygulanmasına engel değildir... Sirt, bel ve bacak ağrısıyla gelen Emine Hanım da ağrılarını veda etti Kendisine sağlıklı bir ömür dileriz... Diz protez cerrahisi tedavi seansı.. Benzer şikayetleriniz var ise bize ulaşabilirsiniz... Bel fıtığı ve bel ağrısı şikayeti ile bize başvuran Öykü Hanım da ağrılarını veda etti. Kendisine sağlıklı bir ömür dileriz... Omurga kaynaklı ağrılarınız için bize ulaşabilirsiniz... Bel fıtığına bağlı ağrı, uyuşma, karıncalanma şikayetleriniz için bize başvurabilirsiniz... Fibromiyalji ağrılarınız için bize ulaşabilirsiniz... Diz ve kalça ağrılarında mı şikayetçisiniz? Kas iskelet sistemi ağrıları başta olmak üzere birçok ağrılı durumda, iğnesiz, ilaçsız ve yan etkisiz çözümler: Gtos Terapide..." gibi ifadeler ile sağlık hizmeti sunumuna ilişkin tanıtımlara, ayrıca "Bel Fıtığı, Sirt, Bel ve Bacak Ağrısı, Spazm, Uyuşma" gibi hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin tanıtımlarda bulunulduğu,

Bilindiği gibi, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in "Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları" başlıklı ek listesinde, "Fizyoterapist: (...) b) Hastalık durumlarında; 1) Fiziksel tıp ve rehabilitasyon uzmanı tabibin veya uzmanlık eğitimleri sırasında fiziksel tıp ve rehabilitasyon rotasyonu yapmış veya uzmanlık sonrasında ilgili dalın rotasyon süresi kadar fiziksel tıp ve rehabilitasyon eğitimi almış uzman tabiplerin kendi uzmanlık alanları ile ilgili teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak hastaların hareket ve fiziksel fonksiyon bozukluklarının ortadan kaldırılması veya iyileştirilmesi amacıyla gerekli uygulamaları yapar..." şeklinde tanımlanmış olup, hastalık durumlarında fizyoterapistler tarafından yapılacak uygulamaların yalnızca uzman hekimlerin yönlendirmesine bağlı olarak yapılabileceğinin hüküm altına alındığı,

Bununla birlikte, "bel fitiği" gibi hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, ilgili mevzuat gereği sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu sosyal medya hesabında şahsın doğrudan yetki alanında bulunmayan hastalık durumlarına ilişkin bilgi verildiği ve bu konularda tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu, ancak hasta tedavisi ve hastalık durumlarına ilişkin bilgilendirmelerin yalnızca ilgili tabip tarafından yapılabileceği dikkate alındığında şahsın yetkisinin bulunmadığı alanlarda tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 1219 sayılı Tababet ve şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8 ve Ek-13/Fizyoterapist maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c ve Ek/1-Fizyoterapist maddeleri,

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-g ve 5/2 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

114)

**Dosya No: 2024/3849**

**şikayet Edilen: Başar şENYÜZ**

**şikayet Edilen Reklam:** şahsa ait <https://ozonklinik.com/> adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde "ozonklinik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "https://ozonklinik.com/" adresli internet sitesinin 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek olarak; *"İlgi+Bilgi+Tecrübe=Kalite. Dr. Başar ŞENYÜZ tarafından yönetilen Ozon Klinik'te Antalya Bölgesinde Ozon Tedavisi, Ozon Sauna, Mezoterapi, PRP Tedavisi, Kök Hücre Tedavisi, Dolgu Uygulamaları, Bağırsak Tedavisi, Botoks, Ameliyatsız Yüz Gençleştirme Uygulamaları gerçekleştirilmektedir..."* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "ozonklinik" kullanıcı isimli sayfanın 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Dolgu-Botoks. Daha genç, taze ve kusursuz bir cilde sahip olabilmenin, mimik kaslarının düzeltilmesinin en etkili yolları dolgu ve botoks uygulamalarıdır."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait "https://ozonklinik.com/" adresli internet sitesinin 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek olarak; *"İlgi+Bilgi+Tecrübe=Kalite. Dr. Başar ŞENYÜZ tarafından yönetilen Ozon Klinik'te Antalya Bölgesinde Ozon Tedavisi, Ozon Sauna, Mezoterapi, PRP Tedavisi, Kök Hücre Tedavisi, Dolgu Uygulamaları, Bağırsak Tedavisi, Botoks, Ameliyatsız Yüz Gençleştirme Uygulamaları gerçekleştirilmektedir..."* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "ozonklinik" kullanıcı isimli sayfanın 16.10.2023 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Dolgu-Botoks. Daha genç, taze ve kusursuz bir cilde sahip olabilmenin, mimik kaslarının düzeltilmesinin en etkili yolları dolgu ve botoks uygulamalarıdır."* gibi ifadelere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesi ile sosyal paylaşım sitesinde 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 şahsa ait Muayenehane Uygunluk Belgesinde *"Pratisyen Hekim"* olarak görevli olduğunun belirtildiği ve şahsın Sağlık Bakanlığı tarafından verilen "Medikal Estetik Uygulama Sertifikası"na sahip olmadığı dolayısıyla inceleme konusu mecralarda yer alan "dolgu, botoks" gibi uygulamaları yapmaya yetkili olmamasına rağmen bu alanlarda tanıtımlarda bulunulmasının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve 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 Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g ve 5/2 nci 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, 7/5-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Başar ŞENYÜZ** 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.

115)

**Dosya No: 2024/2082**

**Şikayet Edilen: Doktorumsun Sağlık ve Tek. Hiz. Med. Org. Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait "https://doktorumsun.com" adresli internet sitesi ile www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şirkete ait "@doktorumsun" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.02.2024, 04.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şirkete ait "@doktorumsun" kullanıcı isimli sayfaların 04.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Türkiye'nin Dijital Sağlık Platformu Doktorumsun de! Randevunu al... www.doktorumsun.com üzerinden aradığınız doktorun güncel bilgilerine ulaşabilirsiniz... doktorumsun.com üzerinden 7/24 randevu oluşturabileceğinizi biliyor muydunuz?...*" gibi ifadeler ile şirketten randevu hizmeti alan sağlık kuruluşları ve sağlık meslek mensupları lehine talep oluşturulduğu, ayrıca "*...Digeorge Sendromu Nedir? Genetik bir bozukluk olup, bir kromozomal bölgenin eksikliği sonucu bağışıklık sistemi, kalp, yüz gelişimi ve zeka açısından sorunlara neden olabilir... Ehlers-danlos sendromu nedir? Genetik bir bağ dokusu hastalığıdır ve esnek hiperçaprazlık eğilimli cilt, eklem hiperhareketliliği ve diğer belirtilerle karakterizedir... Mide balonu ameliyatı ile ilgili bilgi ve uzman doktorlara www.doktorumsun.com üzerinden ulaşabilirsiniz. Yutulabilir mide balonu ile anestezişiz işlem... Diş taşı nedir? Diş taşı dişlerin üzerinde oluşan sert, mineralize*

olmuş bir plaktır. Genellikle diş eti hizasında veya dişlerin arasında birikir... Tay-sachs hastalığı nedir? Genetik bir bozukluktur ve sinir sistemi üzerinde ciddi etkileri vardır. Maalesef şu anda bu hastalığın tam bir tedavisi yoktur... Down Sendromu nedir? Genetik bir bozukluk olan üçlü kromozom 21 durumundan kaynaklanır. Bu sendromun kesin bir tedavisi yoktur, ancak bireysel olarak uygulanan terapiler, eğitim ve destekleyici önlemlerle bireylerin yaşam kalitesi artırılabilir... Kemik erimesi, kemik dokusunun yoğunluğunun ve mukavemetinin azalmasıyla karakterizedir. Normal kemik dokusunun sürekli olarak yenilenmesi ve kemik oluşumu ile kemik yıkımı arasında denge vardır. Ancak kemik erimesi durumunda, kemik yıkımı kemik oluşumundan daha hızlı gerçekleşir, bu da kemiklerin zayıflamasına ve kırılma hale gelmesine yol açar. [www.doktorumsun.com](http://www.doktorumsun.com) üzerinden doğru tanı ve tedavi için ilgili doktorlardan randevu oluşturabilirsiniz... Tourette Sendromu Nedir? Sinir sistemiyle ilgili bir nörolojik bozukluktur ve genellikle motor ve vokal tikler olarak adlandırılan tekrarlayıcı, istem dışı kas hareketleri ve vokal seslerle karakterizedir... Akne, cildin orta tabakasında bulunan sebum yani yağ salgılayan kanalların tıkanması, şişmesi ve daha sonra bakterilerle inflame olması sonucu ortaya çıkar. Deride artan yağ salgısı ve gözeneklerin tıkanması sonucu siyah nokta (komedon) oluşur. Daha sonra bu komedonlar bakteriler ile enfekte olur ve ciltten kabarık kırmızı ve iltihabi şişlikler oluşur. Aşırı büyük olanlar deride iz bırakırlar. Akne genellikle ergenlik çağında başlar ve otuzlu kırklı yaşlara kadar uzayabilir. Bebeklik dönemine mahsus iyi huylu akne tipi de vardır. Erkeklerde kadınlara oranla daha fazladır. En sık; yüz, sırt, kol ve göğüs bölgelerinde görülür... Hormonal bozukluklardan bazıları; göğüslerde hassasiyet, vajinal kuruluk, gece terlemeleri... Prader-willi sendromu nedir? Genetik bir bozukluktur ve yeme dürtüsünün sürekli açlık ve aşırı kilo alımına neden olduğu bir dizi belirtilerle karakterizedir... Asperger Sendromu nedir? Sosyal etkileşim ve iletişim becerilerinde güçlüklerle birlikte, sınırlı ve tekrarlayıcı ilgi alanlarına sahip olma eğilimiyle karakterizedir..." gibi ifadeler ile hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin tanıtımlara yer verildiği,

Şirkete ait <https://doktorumsun.com> adresli internet sitesinin 26.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, - "Doktorumsun de! Randevu Al. Uzmanlık alanına göre seçim yaparak aradığın bölgede senin için en uygun doktorları listele... En yeni değerlendirmeler Doktorlar hakkında yapılan güncel değerlendirmeler. Kullanıcıların yaşadıkları deneyimler size en uygun doktoru seçmenizde yardımcı olacaktır... Uzman Yazıları Doktorlarımızın uzmanlık alanları ile ilgili yayınladıkları makalelerden öne çıkanlar. Tüm yazıları görüntülemek için tıklayın... Dyt. Selin SÖZ için nasıl randevu alabilirim? Randevu çizelgesini kullanarak randevunuzu oluşturabilirsiniz. Doktorlar/Uzmanlar birden fazla kurumda görev yapabilirler. Doğru kurumu seçtiğinizden emin olunuz." gibi ifadeler ile sitede kayıtlı bulunan kuruluş ve doktorlar lehine talep oluşturulduğu,

- "Değerlendirmeler" bölümünde yer alan örnek olarak, "Değerlendirmeler: Uzm. Fzt. Mert SEVİNÇ için kullanıcılar tarafından toplam 71 değerlendirme yapılmıştır... Mert beyden kızımda bulunan kamburluk için dersler aldık yaklaşımı iletişimi çok nazikti bizleri anlaşılır bir biçimde bilgilendirip tedavisürecimizi başlattı 16 seans aldık gözle görülür biçimde düzelme oldu boyu sanki daha fazla uzun gözükmeye başladı merak eden araştırma içinde olan velilere hocamızı tavsiye ederiz teşekkür ederim 22 Şub 2024... Boynumda ve sırtımda bulunan yoğun ağrı şikayetiyle mert hocadan seans aldık üç seans manuel terapi ve fizik tedavi aldım



boynumdaki sertlik ağrı bütün problemler uçup gitti sanki baş ağrısından uyuyamadığım zamanlar geride kaldı hocamıza çok teşekkür ederim yakın zamanda eşimin tedavisine başlamayı düşünüyoruz... I had an ankle injury and received treatment after the surgery. The injections and exercises were very good. Thank you for your interest... Обратилась с жалобой на боли в пояснице, очень помогло, врач дал мне egzerszi, боль прошла, замечательный человек ("Bel ağrıları şikayetiyle başvurduğum, çok yardımcı oldu, doktor bana egzersiz verdi, ağrı geçti, harika bir insan.")" gibi ifadeler ile sitede yer alan sağlık meslek mensupları ve sağlık kuruluşları lehine yorumlarda bulunulmasına olanak sağlandığı,

- "Kulak Burun Boğaz Nedir? Kulak burun boğaz (KBB) olarak da adlandırılan Otorinolarenoloji veya Otolarenoloji, kulak, burun, boğaz ve baş ve boyundaki alakadar diğer yapılar ile ilgilenen cerrahi bir tıp branşıdır. Bu alanda uzmanlaşmış doktorlara otorinolarenolojist, kulak burun boğaz uzmanları, KBB doktorları, KBB cerrahları veya baş boyuncerrahları denir. Uzmanlar kulak, burun, boğaz ve kafatasının tabanında görülen hastalıklar ile kafa ve boyundaki kanser ve iyi huylu tümörlerin cerrahi tedavisini gerçekleştirir. Tedavi Edilen Hastalıkların Belli Başlıları; Kulağı ve Kulakla Beyini Ortak İlgilendiren Hastalıklar; Dış kulak yolunun tüm hastalıkları, İç kulak ve Gerisinin Rahatsızlıkları..." gibi ifadeler ile sağlık hizmetine ilişkin tanıtımlara yer verildiği,

- "Genel Kanaat (Yapay zeka tarafından oluşturulmuştur.) Dyt. Selin SÖZ, çok ilgili, özverili, bilgili, sürekli kendini geliştiren, samimi ve sıcak bir uzman olarak değerlendiriliyor. Ayrıca, hastalarının sağlıklarını ön planda tutan, onlara destek veren, sabırlı ve takip eden, moral motivasyon desteği sağlayan ve her zaman ulaşılabilir olan bir uzman olarak görülüyor. Bu içerik hasta/danışanların doktor/uzman hakkında yapmış olduğu değerlendirmelerden faydalanılarak yapay zeka tarafından oluşturulmuştur. Doktor/Uzman hakkında genel kanaati temsil etmektedir." gibi ifadeler ile sağlık meslek mensupları ve sağlık kuruluşları lehine talep yaratıldığı,

- "Evde Özel Sağlık Hizmetleri 0212 618 0112, Özel Ambulans Hizmetleri 0212 618 0112" ifadesine yer verilerek, şirket tarafından evde bakım ve özel ambulans hizmeti sunulduğu yönünde bir izlenim oluşturulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şirkete ait; "@doktorumsun" kullanıcı isimli sayfaların 04.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "Türkiye'nin Dijital Sağlık Platformu Doktorumsun de! Randevunu al... www.doktorumsun.com üzerinden aradığınız doktorun güncel bilgilerine ulaşabilirsiniz... doktorumsun.com üzerinden 7/24 randevu oluşturabileceğinizi biliyor muydunuz?... " gibi ifadeler ile şirketinizden randevu hizmeti alan sağlık kuruluşları ve sağlık meslek mensupları lehine talep oluşturulduğu, ayrıca "...Digeorge Sendromu Nedir? Genetik bir bozukluk olup, bir kromozomal bölgenin eksikliği sonucu başışıklık sistemi, kalp, yüz gelişimi ve zeka açısından sorunlara neden olabilir... Ehlers-danlos sendromu nedir? Genetik bir bağ dokusu hastalığıdır ve esnek hiperçaprazlık eğilimli cilt, eklem hiperhareketliliği ve diğer belirtilerle karakterizedir... Mide balonu ameliyatı ile ilgili bilgi ve uzman doktorlara

*www.doktorumsun.com üzerinden ulaşabilirsiniz. Yutulabilir mide balonu ile anestezi işlem... Diş taşı nedir? Diş taşı dişlerin üzerinde oluşan sert, mineralize olmuş bir plak türüdür. Genellikle diş eti hizasında veya dişlerin arasında birikir... Tay-sachs hastalığı nedir? Genetik bir bozukluktur ve sinir sistemi üzerinde ciddi etkileri vardır. Maalesef şu anda bu hastalığın tam bir tedavisi yoktur... Down Sendromu nedir? Genetik bir bozukluk olan üçlü kromozom 21 durumundan kaynaklanır. Bu sendromun kesin bir tedavisi yoktur, ancak bireysel olarak uygulanan terapiler, eğitim ve destekleyici önlemlerle bireylerin yaşam kalitesi artırılabilir... Kemik erimesi, kemik dokusunun yoğunluğunun ve mukavemetinin azalmasıyla karakterizedir. Normal kemik dokusunun sürekli olarak yenilenmesi ve kemik oluşumu ile kemik yıkımı arasında denge vardır. Ancak kemik erimesi durumunda, kemik yıkımı kemik oluşumundan daha hızlı gerçekleşir, bu da kemiklerin zayıflamasına ve kırılma haline gelmesine yol açar. www.doktorumsun.com üzerinden doğru tanı ve tedavi için ilgili doktorlardan randevu oluşturabilirsiniz... Tourette Sendromu Nedir? Sinir sistemiyle ilgili bir nörolojik bozukluktur ve genellikle motor ve vokal tikler olarak adlandırılan tekrarlayıcı, istem dışı kas hareketleri ve vokal seslerle karakterizedir... Akne, cildin orta tabakasında bulunan sebum yani yağ salgılayan kanalların tıkanması, şişmesi ve daha sonra bakterilerle inflamasyon olması sonucu ortaya çıkar. Deride artan yağ salgısı ve gözeneklerin tıkanması sonucu siyah nokta (komedon) oluşur. Daha sonra bu komedonlar bakteriler ile enfekte olur ve ciltten kabarık kırmızı ve iltihabi şişlikler oluşur. Aşırı büyük olanlar deride iz bırakırlar. Akne genellikle ergenlik çağında başlar ve otuzlu kırklı yaşlara kadar uzayabilir. Bebeklik dönemine mahsus iyi huylu akne tipi de vardır. Erkeklerde kadınlara oranla daha fazladır. En sık; yüz, sırt, kol ve göğüs bölgelerinde görülür... Hormonal bozukluklardan bazıları; göğüslerde hassasiyet, vajinal kuruluk, gece terlemeleri... Prader-willi sendromu nedir? Genetik bir bozukluktur ve yeme dürtüsünün sürekli açlık ve aşırı kilo alımına neden olduğu bir dizi belirtilerle karakterizedir... Asperger Sendromu nedir? Sosyal etkileşim ve iletişim becerilerinde güçlüklerle birlikte, sınırlı ve tekrarlayıcı ilgi alanlarına sahip olma eğilimiyle karakterizedir... " gibi ifadeler ile hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin tanıtlara yer verildiği,*

Şirkete ait <https://doktorumsun.com> adresli internet sitesinin 26.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak,

*- "Doktorumsun de! Randevu Al. Uzmanlık alanına göre seçim yaparak aradığın bölgede senin için en uygun doktorları listele... En yeni değerlendirmeler Doktorlar hakkında yapılan güncel değerlendirmeler. Kullanıcıların yaşadıkları deneyimler size en uygun doktoru seçmenizde yardımcı olacaktır... Uzman Yazıları Doktorlarımızın uzmanlık alanları ile ilgili yayınladıkları makalelerden öne çıkanlar. Tüm yazıları görüntülemek için tıklayın... Dyt. Selin SÖZ için nasıl randevu alabilirim? Randevu çizelgesini kullanarak randevunuzu oluşturabilirsiniz. Doktorlar/Uzmanlar birden fazla kurumda görev yapabilirler. Doğru kurumu seçtiğinizden emin olunuz." gibi ifadeler ile sitede kayıtlı bulunan kuruluş ve doktorlar lehine talep oluşturulduğu,*

*- "Değerlendirmeler" bölümünde yer alan örnek olarak, "Değerlendirmeler: Uzm. Fzt. Mert SEVİNÇ için kullanıcılar tarafından toplam 71 değerlendirme yapılmıştır... Mert beyden kızımın bulunan kamburluk için dersler aldık yaklaşımı iletişimi çok nazikti bizleri anlaşılır bir*

*biçimde bilgilendirip tedavisürecimizi başlattı 16 seans aldık gözle görülür biçimde düzelme oldu boyu sanki daha fazla uzun gözükmeye başladı merak eden araştırma içinde olan velilere hocamızı tavsiye ederiz teşekkür ederim 22 Şub 2024... Boynumda ve sırtımda bulunan yoğun ağrı şikayetiyle mert hocadan seans aldık üç seans manuel terapi ve fizik tedavi aldım boynumdaki sertlik ağrı bütün problemler uçup gitti sanki baş ağrısından uyuyamadığım zamanlar geride kaldı hocamıza çok teşekkür ederim yakın zamanda eşimin tedavisine başlamayı düşünüyoruz... I had an ankle injury and received treatment after the surgery. The injections and exercises were very good. Thank you for your interest... Обратилась с жалобой на боли в пояснице, очень помогло, врач дал мне egxerszi, боль прошла, замечательный человек ("Bel ağrıları şikayetiyle başvurduğum, çok yardımcı oldu, doktor bana egzersiz verdi, ağrı geçti, harika bir insan.")" gibi ifadeler ile sitede yer alan sağlık meslek mensupları ve sağlık kuruluşları lehine yorumlarda bulunulmasına olanak sağlandığı,*

- *"Kulak Burun Boğaz Nedir? Kulak burun boğaz (KBB) olarak da adlandırılan Otorinolarenoloji veya Otolarenoloji, kulak, burun, boğazve baş ve boyundaki alakadar diğer yapılar ile ilgilenen cerrahi bir tıp branşıdır. Bu alanda uzmanlaşmışdoktorlara otorinolarenolojist, kulak burun boğaz uzmanları, KBB doktorları, KBB cerrahları veya baş boyuncerrahları denir. Uzmanlar kulak, burun, boğaz ve kafatasının tabanında görülen hastalıklar ile kafa veboyundaki kanser ve iyi huylu tümörlerin cerrahi tedavisini gerçekleştirir. Tedavi Edilen Hastalıkların Belli Başlıları; Kulağı ve Kulakla Beyini Ortak İlgilendiren Hastalıklar; Dış kulak yolunun tüm hastalıkları, İç kulak ve Gerisinin Rahatsızlıkları..." gibi ifadeler ile sağlık hizmetine ilişkin tanıtımlara yer verildiği,*

- *"Genel Kanaat (Yapay zeka tarafından oluşturulmuştur.) Dyt. Selin SÖZ, çok ilgili, özverili, bilgili, sürekli kendini geliştiren, samimi ve sıcak bir uzman olarak değerlendiriliyor. Ayrıca, hastalarınınsağlıklarını ön planda tutan, onlara destek veren, sabırlı ve takip eden, moral motivasyon desteği sağlayan ve her zaman ulaşılabilir olanbir uzman olarak görülüyor. Bu içerik hasta/danışanların doktor/uzman hakkında yapmış olduğu değerlendirmelerden faydalanılarak yapay zeka tarafından oluşturulmuştur. Doktor/Uzman hakkında genel kanaati temsil etmektedir." gibi ifadeler ile sağlık meslek mensupları ve sağlık kuruluşları lehine talep yaratıldığı,*

- *"Evde Özel Sağlık Hizmetleri 0212 618 0112, Özel Ambulans Hizmetleri 0212 618 0112" ifadesine yer verilerek, şirket tarafından evde bakım ve özel ambulans hizmeti sunulduğu yönünde bir izlenim oluşturulduğu,*

Bilindiği üzere, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, tabiplerin ve dış tabiplerinin sadece isimlerini, Tıpta Uzmanlık Tüzüğü'ne göre kabul edilmiş olan ihtisaslarını, akademik unvanlarını, hasta kabul ettikleri mahal ile muayene saatlerini bildiren ilanlar verebilmeleri mümkün iken; bunun haricinde her ne surette olursa olsun reklam ve ilan vermelerinin çok açık ve kesin biçimde yasak olduğu,

Yine, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, tabi buldukları mevzuat gereği, 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 verilemeyeceği,

Diğer taraftan, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiğinin hüküm altına alındığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesi ve sosyal paylaşım sitelerinde yer alan ifadeler ile sağlık alanında faaliyet gösterildiği yönünde tanıtımlarda bulunulmasının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda sağlık meslek mensupları ve sağlık kuruluşları lehine talep oluşturulmasının, ayrıca hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin açıklamalarda bulunulmasının mevzuat hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-f, 5/1-g, 5/1-ğ ve 5/2 nci maddeleri,

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

- Evde Bakım Hizmetleri Sunumu Hakkında Yönetmelik'in 4/e, 7, 8 ve 30 uncu maddeleri,

- Ambulanslar ve Acil Sağlık Araçları ile Ambulans Hizmetleri Yönetmeliği'nin 9/1, 10/3, 10/4, 33/1, 33/2 ve 33/3 üncü maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doktorumsun Sağlık ve Tek. Hiz. Med. Org. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

116)

**Dosya No: 2024/1850**

**Şikayet Edilen: Melike ÖZKALP**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "melikeozkalp\_beauty" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 07.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsın güzellik salonu olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumca ruhsatlandırılan bir kuruluşu olmamasına rağmen, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "melikeozkalp\_beauty" kullanıcı isimli sayfanın 07.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Rus tekniği volümlü dudak gençleştirme ve şekillendirme işlemimiz... 1,5 ml uygulanmıştır... Dudaklarımız artık bebek gibi acısız ve iğnesiz ördeklenme olmadan dudaklarınız hiç bu kadar şekilli olmamıştı. Dudak gençleştirme ve şekillendirme işlemimiz 1 ml uygulanmıştır... Arzu ettiğiniz volümlü ve şekilli dudaklar danışanım daha önce 3 defa iğneli işlem yaptırmış fakat istediği sonucu bir türlü alamamış bu sefer iğnesiz ve acısız bir şekilde istediği dudaklara kavuşmasını sağladık ve aynalara yeni bir hayran kazandırdık. Dudak gençleştirme ve şekillendirme işlemimiz 1,5 ml uygulanmıştır... Sadece yarım saatte ameliyatsız acısız en doğal kaş kaldırma işlemimiz. Kaşlarınız daha kalkık ve bakışlarınız daha dinamik..."* gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsın güzellik salonu olarak faaliyet göstermek adına ilgili kurumca ruhsatlandırılan bir kuruluşu olmamasına rağmen, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "melikeozkalp\_beauty" kullanıcı isimli sayfanın 07.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Rus tekniği volümlü dudak gençleştirme ve şekillendirme işlemimiz... 1,5 ml uygulanmıştır... Dudaklarımız artık bebek gibi acısız ve iğnesiz ördeklenme olmadan dudaklarınız hiç bu kadar şekilli olmamıştı. Dudak gençleştirme ve şekillendirme işlemimiz 1 ml uygulanmıştır... Arzu ettiğiniz volümlü ve şekilli dudaklar danışanım daha önce 3 defa iğneli işlem yaptırmış fakat istediği sonucu bir türlü alamamış bu sefer iğnesiz ve acısız bir şekilde istediği dudaklara kavuşmasını sağladık ve aynalara yeni bir hayran kazandırdık. Dudak gençleştirme ve şekillendirme işlemimiz 1,5 ml uygulanmıştır... Sadece yarım saatte ameliyatsız acısız en doğal kaş kaldırma işlemimiz. Kaşlarınız daha kalkık ve bakışlarınız daha dinamik..."* gibi ifadelerle yer verilerek tanıtımı yapılan konularda hizmet sunulduğu ve güzellik salonu alanında faaliyet gösterildiği yönünde reklam yapılmasının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

## **ÖRTÜLÜ REKLAM**

117)

**Dosya No: 2024/2441**

**Şikayet Edilen: Betül ÇETİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "betulcetin28" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.02.2024, 28.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "betulcetin28" isimli Instagram hesabından yayınlanan 19.02.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "*Temiz içerik zayıflamaya destekleyici (denendi onaylandı) doğal antibiyotik @sifazencefil*" ifadelerine ve "sifazencefil" etiketine yer verildiği,

28.02.2024 tarihli video paylaşımında, "*Evet yoğun bir gün geçirdim her zamanki gibi cildimi temizledikten sonra bu çok tavsiye edilen kil maskesini deneyeceğim. Ondan sonra da serumla bitireceğim cilt bakımımı. Çok güzel yorumlar okudum bunla alakalı bakalım bende tesiri nasıl olacak...Gözenek ve siyah noktalarda çok etkili olduğunu okudum bakalım bende nolacak... bence bu pakette ikili çıkması çok iyi çünkü normalde kil maskesini yaptıktan sonra serum olmayınca yatıştırmıyor yüzü bakalım şimdi yüzüm yatışacak mı.Şu anda gözeneklerimin nefes alışverişini hissediyorum. ...Şimdi serumu kullanıyorum gördüğünüz gibi, ohh. Cildimin nefes aldığını artık hissedebiliyorum. ...Olmazsa olmaz güneş kremi hem lekelerin olmasını önüyor hem de cildimize iyi geliyor. Hem de bu güneş kremi 50 faktörlü mis gib kokuyor bu güneş kremi gerçekten her güneş kreminin kokusunu sevmiyorum. ...Ben Lee Shia markasından çok memnunum arkadaşlar profiline bir göz gezdirin derim "ifadeleriyle birlikte açıklama kısmında; "Arkadaşlar biliyorsunuz cildimiz için haftada bir bakım mutlaka şart. Benim gibi cilt bakımına yeni başlayanlar için: Kil maskesinin yanında içeriği uygun serumunda olması gerçekten düşünülmüş bir detay Ürünlerde en güzel olan ise vegan içerik ve hayvanlar üzerinde test edilmemiş olması Haftalık cilt bakımını yapsakta... Olmazsa olmaz günlük güneş kremi*

*kullanımıdır. Ben makyajımı yapmadan önce mutlaka güneş kremi sürüyorum. Leke olmaması ve cilt tonu eşitlenmesi adına... Siz güneş kremi kullanıyor musunuz"* ifadelerine ve "@leeshia\_tr" etiketine yer verildiği,

Diğer taraftan, ana sayfada sabitlenmiş "Kıyafet linko" isimli klasörde örnek olarak; "*Stoklar yenilenmiş kaçırmanın çiçeklerim. LCWVAYVAY koduyla %30 indirim tanımlanıyor daha ne olsun*" ifadelerine, sipariş ekran görüntüsüyle birlikte "LCW ceket etek" isimli bağlantıya 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 "betulcetin28" isimli Instagram hesabından yapılan "lee shia" markasına yönelik paylaşımda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise bu durumda "kozmetik ürün" kapsamında değil, "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu diğer paylaşımlarda anılan markaların 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 ya da iş birliği ibaresine yer verilmediği, üstelik benzer şekilde yapılan birçok paylaşımda "reklamdeğil" şeklinde yanıltıcı ifadelere yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımların;

- 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği'nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

118)

**Dosya No: 2024/2482**

**Şikayet Edilen: Menekşe ERKUT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "bayan\_mutuslu" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.09.2023, 04.03.2024, 24.04.2024, 20.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "bayan\_mutuslu" isimli Instagram hesabından 30.09.2023 tarihli video paylaşımında, "*Xiaominin cihazlarına bayılıyorum ne yaparsa çok başarılı Misafir banyolarına çok yakışır ya da el yıkamayı sevmeyen çocuklar için eğlenceli bir cihaz*" şeklinde ifadelere yer verildiği,

04.03.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "Defacto'da sepette net %50 indirim başladı" ifadelerine, ürün görsellerine ve fiyatlarına yer verilmek suretiyle "Defacto%50" isimli Hepsi Burada bağlantısına yönlendirildiği,

24.04.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "*Detox ürünü bu mükemmel ödem attırıyor. Resmen inceldim, yorumları da okursanız anlarsınız, gün gün eridim baya ödemlerim varmış. Tabi yemeği de azalttım. Düzenli kullanmaya devam edicem 2 kişi olarak bir şişeyi bitirdik bile*" ifadesine ve "2. ürün 1TL" isimli Trendyol bağlantısına yer verildiği, ancak "ortaklık" ibaresinin sol üst köşeden "bayan\_mutuslu" ismiyle çakışacak şekilde yer aldığı,

20.05.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "*Çeyizciler ya da ev yenileyecekler. Piyasadaki benzer model ve 2/3 katı olanlara beş çeker. Kalitesi güzelliği modeli. 84 parça 12 kişilik premium serisi*" ifadelerine, "Link" isimli Hepsi Burada bağlantısına yer verildiği, ancak "ortaklık" ibaresinin sol üst köşeden "bayan\_mutuslu" ismiyle çakışacak şekilde yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 30.09.2023 tarihli video paylaşımında övücü, tanıtıcı ifadelere yer verildiği, böylece ana sayfadaki videoda "Xiaomi" markasının örtülü reklamının yapıldığı,

04.03.2024 tarihli hikaye paylaşımında herhangi bir reklam ya da işbirliği ibaresine yer verilmediği, bu suretle yönlendirme yapmak suretiyle "Hepsi Burada" markasının örtülü reklamının yapıldığı,

24.04.2024 tarihli hikaye paylaşımında yer alan "Detox ürünü"ne yönelik ifadelerin sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan



sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, hal böyle iken endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtılmasının aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği,

24.04.2024 ve 20.05.2024 tarihli hikaye paylaşımlarında, “ortaklık” ibaresinin sol üst köşeden "bayan\_mutuslu" ismiyle çakışacak şekilde yer aldığı böylece tüketicilerin paylaşım ile ilk karşılaştıkları anda başka bir şey yapmalarına gerek kalmadan reklam olduğu anlaşılacak biçimde ve konumda belirtilmediği, dolayısıyla tüketicilerin ilk bakışta fark edilebileceği biçimde sunulmadığı ve ortalama tüketici nezdinde "Trendyol" ve "Hepsi Burada" markalarının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

- 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

119)

**Dosya No: 2024/2442**

**Şikayet Edilen: Burcu GÖÇMEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "burcugocmenn" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "burcugocmenn" isimli Instagram hesabından yayınlanan 29.02.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "Kızlar saklama kapları indirime girmiş koşşmalikk" ifadelerine, Kitchen life marka saklama kabı görsellerine ve "Saklama Kabı" isimli Trendyol bağlantısına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait "burcugocmenn" isimli Instagram hesabından yayınlanan 29.02.2024 tarihli hikaye paylaşımında herhangi bir reklam ya da iş birliği ibaresine yer verilmediği, bu suretle anılan ürünü satın almak üzere Trendyol bağlantısına yönlendirme yapmak suretiyle "Trendyol" firmasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımın;

- 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

120)

**Dosya No: 2024/3706**

**Şikayet Edilen: Ayhan MORTEPE**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "Ayhan Mortepe" isimli Facebook hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.05.2024, 02.05.2024, 24.04.2024, 11.02.2024, 09.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Ayhan Mortepe" isimli Facebook hesabından yayınlanan 13.05.2024 tarihli video paylaşımında, "*@islidukkan Antalya'da her yerde bulamayacağınız bir yemek yapıyor. Teksas usulü BBQ olarak adlandırılan ve Balkan ülkelerinde yine gördüğümüz eti tütsüleme yöntemi ile pişiriyorlar. Bir tarafta kömür bir tarafta et saatlerce duman ile pişen bir yemek. Dışı simsiyah kalıyor içi pembe ve kasın bağ dokusu tamamen dağılıyor ortaya yumuşacık ve aromatik bir et çıkıyor. Porsiyon 500 lira. 200 gram olarak servis ediliyor. Farklı tatlar arayanlar mutlaka denemeli*" şeklinde ifadelerle, ürünlerin fiyat bilgisine yer verildiği,

02.05.2024 tarihli video paylaşımında, " Adana'da ne yenir videomuzda @bizimborekcilik vardı. Adana böreği denince son zamanlarda sünen su böreği akla gelir ama Adana'da en eski börek kültürü bu serpme börektir. Fiyat 140 TL", " Dışı çıtır çıtır, içi yoğun peynirli, yağlılığı çok güzel orta seviyede baymayan bir yağlılığı var. Hakikaten çok lezzetli, keşke siz de burada olsaydınız " şeklinde ifadelerle, mekan etiketine ve ürünlerin fiyat bilgisine yer verildiği,

24.04.2024 tarihli video paylaşımında, "Antalya Ali Savaşın Yeri. Kavurmaya bittim. Meydan Kavağı Mahallesi", "Kavurma baya iddialı. Yağı çok iyi, ortalama üstü yağlılıkta. Kavurma çok iyti keşke siz de burada olsaydınız" şeklinde ifadelerle ve ürünlerin fiyat bilgisine yer verildiği,

11.02.2024 tarihli "Daha iyisi varsa biz de gidelim" başlıklı video paylaşımında, "Bugün günlerden Antalya Akdeniz Sanayi sitesi. Son zamanlarda en çok şikayet ettiğiniz konu haklı olarak fiyatlar. Bugün sizi çok uygun fiyatlı bir yere getirdim." ifadeleriyle başlayan videoda arka planda mekan tabelasına yer verildiği, "Fiyat performans olarak hakikaten iyi, daha iyisi varsa biz de gidelim iddiasını bu anlamda koruyabilir. Bundan daha iyisini yemek zor bu arada tavuk hakikaten lezzetliymiş. Burası Akdeniz sanayi sitesinde, şurada Vakıfbank var adresi oradan bulabilirsiniz. Ben navigasyonla geldim, dürümcü gürhan diye bulabilirsiniz. Yani keşke siz de burada olsaydınız. Tam bir fiyat performans mekanı lezzetler de iyi. Akdeniz Sanayi sitesinde " şeklinde ifadelerle yer verildiği,

09.02.2024 tarihli video paylaşımında, "Balıkesir Kokorecinin en doğru ve en dürüst esnafı ile tanışın. Kokoreç fiyatlarını incelemek için ve satın almak için link aşağıdadır. <https://www.aslanbogakokorec.com.tr/>", "Aslan Boğa kokoreç gerçekten damağına düşkün olanların kesinlikle denemesi gereken bir yer" şeklinde ifadelerle yer verilmek suretiyle internet sitesine yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Ayhan Mortepe" isimli Facebook hesabından yayınlanan yukarıda detaylarına yer verilen ve muhtelif tarihlerde yapılan inceleme konusu paylaşımlarda övücü, yönlendirici ifadelerle, ürünlerin fiyat bilgisine, mekan etiketlerine yer verildiği, ayrıca benzer nitelikte birçok video paylaşımında, muhtelif mekanların sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda mekanlara yönelik övücü, tanıtıcı ve yönlendirici ifadelerle yer verilirken herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, bu suretle anılan ürün ve markalara yönlendirme yapmak suretiyle muhtelif işletmelerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımların;

- 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

121)

**Dosya No: 2024/3702**

**Şikayet Edilen: Hüseyin Yıldırım GÖKKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "yildiraygokkaya" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.12.2023, 18.04.2024, 24.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "yildiraygokkaya" isimli Instagram hesabından yayınlanan 22.12.2023 tarihinde "@Korlas-official" adlı markanın etiketine yer verildiği,

18.04.2024 tarihli video paylaşımında "@thepeninsulaistanbulhotel" ve "@yamahamotorturkiye" etiketlerine yer verildiği,

24.05.2024 tarihli video paylaşımında "@Korlas-official" adlı markanın etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "yildiraygokkaya" isimli Instagram hesabında yayınlanan 22.12.2023, 18.04.2024, 24.05.2024 tarihli paylaşımlarda, anılan markalara ait ürünlerin satış ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirme yapıldığı, ancak reklam, iş birliği ya da ortaklık ibarelerinin kullanılmadığı, bu açıdan söz konusu 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 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluğu **Hüseyin Yıldırar GÖKKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

122)

**Dosya No: 2024/2715**

**Şikayet Edilen: İlayda ERÇEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait olduğu tespit edilen "ilaydamertl" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.04.2024, 05.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "ilaydamertl" isimli Instagram hesabından yayınlanan 02.04.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "@Niveaturkiye" adlı markanın etiketine ve "@Trendyol" bağlantısına yer verildiği,

05.04.2024 tarihli hikaye paylaşımında; *"Koltuk altı, dirsek kararmalarınız ya da vücudunuzun herhangi bir bölgesinde lekelenme ya da kararma varsa bu ürüne bayılacaksınız. Boşnakların meşhur kremi. Boşnaklar bu konuda gerçekten iyiler. 5 bine yakın yorum var herkes çok memnun..."* ifadelerine, ürün kullanımı öncesi ve sonrası fotoğraflarına ve ürün ile ilgili "@familyeser" isimli Instagram hesabının etiketine yer verildiği,

05.04.2024 tarihli başka bir hikaye paylaşımında "@Embeauty" markasına ait ürün ile ilgili *"Dökülen, geç uzayan saçlar ve canlandırıcı onarıcı parlak saçlar için "Embeauty", O kadar hızlı uzatıyor ki saçlarımı çok seviyorum etkilerini, yumuşacık yapıyor bir de. Saçları dolgunlaştırıyor, uzatıyor ve besliyor 9 tane aktif var içerisinde."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen, "@ilaydamertl" isimli Instagram hesabında yayınlanan 02.04.2024, 05.04.2024 tarihli paylaşımlarda reklam, iş birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın bahsi geçen markaların örtülü reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan, 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, “familyeser” ve “embeauty” ürünleri 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

123)

**Dosya No: 2024/2957**

**Şikayet Edilen: Eylül Su SAPAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “eylulsusapan” isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.05.2024, 01.04.2024, 01.03.2024, 22.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait “eylulsusapan” isimli Instagram hesabından yayınlanan 11.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@adidas.turkiye" etiketine yer verildiği,

01.04.2024 tarihli hikaye paylaşımında; "*En iyi blazer ceketi sonunda buldum bu arada*" ifadelerine ve "@vatkali" etiketine yer verildiği,

01.03.2024 tarihli video paylaşımında; "*Bugün proud'la birlikte cilt analizimi yapıyorum ve yeni cilt bakım rutinimi oluşturuyorum. Yaptığım analizin sonucuna göre cildim için kullanmam gereken serum miktarını öğrendim. Bu özel tarifi öğrendim ve her bir serumdan ikişer damla kullanarak bazımı hazırladım. Ve hepsini karıştırıp yüzüme uyguladım artık cildime en uygun proud ürünleriyle yepyeni bir rutinim oldu. (...) Günlük bakımında yeni bir rutin; PROUD*"

<https://www.instagram.com/proudproducts.co/> ifadelerine ve  
"<https://www.instagram.com/proudproducts.co/>" etiketine yer verildiği,

22.10.2023 tarihli fotoğraf paylaşımında; "@adidas.turkiye" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "eylulusapan" isimli Instagram hesabından yapılan 11.05.2024, 01.04.2024, 01.03.2024, 22.10.2023 tarihli paylaşımlarda muhtelif markaların sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin 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, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

124)

**Dosya No: 2024/2958**

**Şikayet Edilen: İkizler Ajans Eğitim Otomotiv Mobilya Tekstil Turizm Gıda İnşaat Elektrik Yazılım Güneş Enerjisi Sistemleri Hayvancılık Tarım İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "patiografi" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.03.2024, 07.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "patiografi" isimli Instagram hesabından yayınlanan 22.03.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "*Dostunuzu rahatsız etmeyecek göğüs tasmalarının bulunduğu mağazayı bıraktım*" ifadelerine ve "Trendyol" bağlantısına yer verildiği, aynı gün yapılan diğer bir hikaye

paylaşımında; "Son 3 günde +2000 kişi aldı geç kalmadan 2. ürün 1 TL linkini bıraktım size özel", "1 aydır kolajen kullanıyorum, cildim düzeldi, saçlarım gürleşti, göz altı torbalarım gitti. Sinir, stres, anksiyete hiçbir şey kalmadı. Vallahi şunu muazzam bir şey" ifadelerine ve söz konusu ürünün satın alma bağlantısına yer verildiği,

07.03.2024 tarihli hikaye paylaşımında; "Ben aşık oldum siz de aşık olacaksınız" ifadelerine ve görseldeki bardağın satın alma bağlantısına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait olduğu tespit edilen "patiografi" isimli Instagram hesabından yapılan 07.03.2024 tarihli paylaşımında görselde yer alan ürünün satın alma bağlantısına yer verilirken herhangi bir reklam, işbirliği ibaresine yer verilmediği bu kapsamda söz konusu ürüne yönlendirme yapmak suretiyle örtülü reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan, 22.03.2024 tarihli hikaye paylaşımında yer alan ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünle önlendiği izleniminin oluşturulduğu ve bahsi geçen tanıtım ifadelerinin sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan "tıbbi ürün" gibi tanıtıldığı, hal böyle iken endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri ürün gibi tanıtılmasının aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik'in 5/2 ve 5/4 üncü maddeleri,
- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği'n 5/1, 5/2, 5/10 ve 5/11 inci maddeleri,
- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun 24/3 üncü maddesi
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7 nci maddesi,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 6/1, 6/3, 6/4, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **İkizler Ajans Eğitim Otomotiv Mobilya Tekstil Turizm Gıda İnşaat Elektrik Yazılım Güneş Enerjisi Sistemleri Hayvancılık Tarım İthalat İhracat**



**Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

125)

**Dosya No: 2024/2897**

**Şikayet Edilen: Selen ASLAN ÖZEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "pazar\_gurusu" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "pazar\_gurusu" isimli Instagram hesabından yayınlanan 01.03.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@gratistr bütün ürünlerde %70 indirimli" ifadelerine ve "@gratistr" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "pazar\_gurusu" isimli Instagram hesabından yapılan 01.03.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında "gratistr" etiketine yer verildiği, ancak paylaşımında herhangi bir reklam ya da işbirliği ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan ürünleri satın almak üzere sosyal medya hesabına yönlendirme yapmak suretiyle "Gratistr" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 6/1, 6/3, 6/4, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TURİZM**

126)

**Dosya No: 2024/4209**

## **Ŗikayet Edilen: ETS Ersoy Turistik Servisleri Anonim Ŗirketi**

**Ŗikayet Edilen Ticari Uygulama:** <https://www.etstur.com/> ve <https://www.otelpuan.com/> adresli internet sitelerinde yer alan tüketicici değerlendirmelerine iliŖkin ticari uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ticari Uygulama (İnternet)

**Tespitler:** Yapılan incelemede, ticari uygulamada bulunana ait <https://www.etstur.com/> internet sitesi üzerinden geręekleŖen otel hizmeti alımlarına iliŖkin olarak tüketicici değerlendirmelerinin yine ticari uygulamada bulunana ait <https://www.otelpuan.com/> adresli internet sitesi üzerinden alınarak yayınlandığı, ilgili hizmet satın alınmadığı halde değerlendirmede bulunulabildiğı ve bu tür yorumların da söz konusu internet sitelerinde yayınlandığı hususunun somut delillerle sabit olduğu, Otel puan Kullanım Sözleşmesi'nin 12 nci maddesinde; *“Sadece belirli bir otel/tatil köyünde tatilini geçirmesi ve/veya ilgili hizmeti almıŖ olması durumunda sadece otelin/tatil köyünün derecelendirmesi ve/veya resminin karşıya yüklenmesi ile yetinilmesi, otel/tatil köyü dışında hizmet aldığı seyahat acentesi, ulaŖım aracı, vb. hizmet verenlere iliŖkin değerlendirmeler ile otel tatil köyü hizmeti ile ilgisi bulunmayan yorumlara yer verilmemesi”* ifadelerine yer verildiğı ve <https://www.otelpuan.com/> adresinde yer alan sıralama türlerinden “otel puan sıralaması”nın hangi kriterleri içerdiğine iliŖkin bilginin anılan internet sitesinde tüketicilere saęlanmamıŖ olduğu tespit edilmiŖtir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; ticari uygulamada bulunana ait <https://www.etstur.com/> internet sitesi üzerinden geręekleŖen otel hizmeti alımlarına iliŖkin olarak tüketicici değerlendirmelerinin yine ticari uygulamada bulunana ait <https://www.otelpuan.com/> adresli internet sitesi üzerinden alınarak yayınlandığı, söz konusu internet sitelerinde ilgili hizmeti satın almaksızın değerlendirme yapılabildiğı ve bu tür yorumların yayınlandığı hususunun tespit edildiğı, bu tür yorumların yayınlanmakta olmasının sadece mal ve hizmeti satın alanlar tarafından yapılmıŖ tüketicici değerlendirmelerine izin verilmesi kuralına aykırılık teŖkil ettiğı, Otel puan kullanım sözleşmesinde yer alan; *“Sadece belirli bir otel/tatil köyünde tatilini geçirmesi ve/veya ilgili hizmeti almıŖ olması durumunda sadece otelin/tatil köyünün derecelendirmesi ve/veya resminin karşıya yüklenmesi ile yetinilmesi, otel/tatil köyü dışında hizmet aldığı seyahat acentesi, ulaŖım aracı, vb. hizmet verenlere iliŖkin değerlendirmeler ile otel tatil köyü hizmeti ile ilgisi bulunmayan yorumlara yer verilmemesi”* kuralı dolayısıyla tüketicici yorumlarında konaklanan tesis dışında seyahat acentası niteliğini haiz ticari uygulamada bulunana iliŖkin hizmete dair yorumların yayınlanmasına izin verilmemesine iliŖkin uygulamanın Reklam Kurulu'nun 12.09.2023 tarihli ve 337 sayılı toplantısında ilke kararı olarak kabul edilen ve kamuoyuyla paylaŖılan “Tüketicici Değerlendirmeleri Hakkında Kılavuz”da yer alan “yorumların sadece belirli konuya iliŖkin olacak Ŗekilde sınırlanmaması” ilkesine aykırılık teŖkil ettiğı, ayrıca <https://www.otelpuan.com/> adresli internet sitesinde tüketicici yorumlarının sıralanma türleri içerisinde yer alan ve herhangi bir seçim yapılmadığı takdirde otomatik sıralama türü olduğu ticari uygulamada bulunan tarafından belirtilen “otel puan sıralaması”nın hangi kriterleri içerdiğine iliŖkin bilginin de

tüketicilere sağlanmadığı tespit edildiğinden tüketici değerlendirmelerine ilişkin yukarıda yer verilen hususların haksız ticari uygulama teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/B-1, 28/B-2, 28/B-3 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **ETS Ersoy Turistik Servisleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

127)

**Dosya No: 2024/4214**

**Başvuru Tarihi: 10.03.2024**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Doğum günü hediyen seni bekliyor" başlıklı e-postada yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 06.03.2024**

**Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** Yapılan incelemede, reklam verene ait e-posta adresinden başvuran tüketiciye iletilen 06.03.2024 tarihli e-postada yer alan "Doğum günü hediyen seni bekliyor" başlıklı kişileştirilmiş kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlarda, "*Doğum günün kutlu olsun Y\*\*\*\*! Yeni yaşında seni havalara uçuracak hediye bizden, istediğin yere uçmak senden! Doğum gününe özel tüm hatlarda geçerli %20 indirimle biletini şimdi al, istediğin zaman istediğin yere uç! Sana özel kampanyayı 3 adımda nasıl kullanabilirsin? Flyspgs.com veya Pegasus mobil uygulamasından Bolbol hesabına giriş yap. Ucuz uçuş ara ve uçuşunu seç. Ödeme adımında kampanyayı seçmeyi unutma. Kampanya Kuralları Kampanyadan yararlanmak için son gün 07/03/2024! İndirimden yararlanmak için satış tarihi ile uçuş tarihi arasında en az 7 gün olmalıdır. flypgs.com ve Pegasus Mobil uygulamamdan satın alınan biletlerde geçerlidir. Ödeme adımına doğru ilerleyip, ilgili kampanyalar başlığı altındaki "%20 Doğum Günü İndirimi" butonuna tıkladığında bilete söz konusu indirim yansıtacaktır. Kampanya kurallarına üyeliğine giriş yaptıktan sonra kampanyalar sayfasından ulaşabilirsin.*" ifadelerine yer verildiği, söz konusu kampanya koşulları çerçevesinde, başvuran tüketiciye ait başvuru ekinde kampanyanın halen geçerli olduğu 7 Mart 2024 tarihini içerir, İzmir-Madrid güzergahlı 21

Nisan 2024 Pazar 5.45 gidiş ve 24 Nisan 2024 Çarşamba 17.00 dönüş uçuşları seçilmek suretiyle gerçekleştirilen rezervasyon işlemi sırasında bahse konu kampanya seçeneğinin sağlanmadığını gösteren ekran görüntüsüne yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam verene ait e-posta adresinden başvuran tüketiciye iletilen 06.03.2024 tarihli e-postada yer alan “Doğum günü hediyen seni bekliyor” başlıklı kişileştirilmiş kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlarda, “*Doğum günün kutlu olsun Yasin! Yeni yaşında seni havalara uçuracak hediye bizden, istediğin yere uçmak senden! Doğum gününe özel tüm hatlarda geçerli %20 indirimle biletini şimdi al, istediğin zaman istediğin yere uç! Sana özel kampanyayı 3 adımda nasıl kullanabilirsin? Flyspgs.com veya Pegasus mobil uygulamasından Bolbol hesabına giriş yap. Ucuz uçuş ara ve uçuşunu seç. Ödeme adımında kampanyayı seçmeyi unutma. Kampanya Kuralları Kampanyadan yararlanmak için son gün 07/03/2024! İndirimden yararlanmak için satış tarihi ile uçuş tarihi arasında en az 7 gün olmalıdır. flypgs.com ve Pegasus Mobil uygulamamdan satın alınan biletlerde geçerlidir. Ödeme adımına doğru ilerleyip, ilgili kampanyalar başlığı altındaki "%20 Doğum Günü İndirimi" butonuna tıkladığında bilete söz konusu indirim yansiyacaktır. Kampanya kurallarına üyeliğine giriş yaptıktan sonra kampanyalar sayfasından ulaşabilirsin.*” ifadelerine yer verildiği, söz konusu kampanya koşulları çerçevesinde başvuran tüketici tarafından kampanyanın halen geçerli olduğu 7 Mart 2024 tarihini içerir, İzmir-Madrid güzergahlı 21 Nisan 2024 Pazar 5.45 gidiş ve 24 Nisan 2024 Çarşamba 17.00 dönüş uçuşları seçilmek suretiyle gerçekleştirilen rezervasyon işlemi sırasında bahse konu kampanya seçeneğinin tarafına sağlanmadığını gösterir nitelikte ekran görüntüsüne yer verilmesine karşın tüketiciye iletilen e-postada yer alan kişiselleştirilmiş kampanya vaadinin reklam verence yerine getirildiğini gösterir nitelikte herhangi bir bilgi ve belge sunulmadığı tespit edildiğinden anılan e-postada yer verilen reklam ve tanıtımların 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 **Pegasus Hava Taşımacılığı Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

128)

**Dosya No: 2024/4369**

**Şikayet Edilen: Pegasus Hava Taşımacılığı Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** www.flypgs.com adresli internet sitesi ve mobil uygulamada yer alan açığa bilet uygulamaları

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2024

**Yayımlandığı Mecra:** Ticari Uygulama (İnternet)

**Tespitler:** Yapılan incelemede, başvuran tüketici tarafından satın alınmış SAW-ATİNA güzergahlı 1882 TL tutarlı biletin 13.03.2024 tarihinde açığa alındığı, anılan açığa bilet işlemi çerçevesinde başvuranın 14.06.2024 tarihli SAW-Balıkesir Edremit güzergahı için yeni bir uçuş seçimi yaptığı, söz konusu işleme ilişkin ekran görüntüsünde, “Değiştirme tutar özeti, Eski Uçuş Toplam Tutarı: 1.882,00 TL, Yeni Uçuş Toplam Tutarı: 1.551,00 TL, Tahsil Edilecek Toplam Tutar: 201,00TL” olarak fiyat bilgilerinin yer aldığı, biletleme işlemi öncesinde tüketici onayına sunulan Pegasus Genel Kuralları’nın “Açık bilet “ başlıklı 4.3. maddesinde; “Açık Biletin kullanım süresi Biletin açığa alındığı tarihten itibaren bir yıldır. Bileti açığa alma talepleri Bilet değişikliği kapsamında değerlendirilir. Bileti açığa alma işlemi esnasında ilgili Biletin sınıfı üzerinden uygulanan değişiklik işlem bedeli tahsil edilir. Pegasus İletişim Kanalları üzerinden açığa alınan Biletin kullanılması esnasında işlem yapılan Pegasus İletişim Kanalı için geçerli Hizmet Bedeli ayrıca tahsil edilir. Seyahat Acenteleri üzerinden yapılan işlemler için Seyahat Acentelerine özel Hizmet Bedeli kuralları geçerlidir. Ancak iki bilet arasında Baz Ücret, Yakıt Harcı, Havalimanı Vergisi, Check-in Bedeli ve Hizmet Bedeli farkı varsa ilgili fark tutarı tahsil edilir. “ifadelerine ve “Taşıma Ücretleri ve Ücret Sınıfları Hakkında Bilgi “ başlıklı 4.4. maddesinde; “e) Hizmet Bedeli, Pegasus İnternet Sitesi, Pegasus Mobil Uygulamaları, Pegasus Çağrı Merkezi, Havalimanı Bilet Satış Ofisleri ve Seyahat Acenteleri üzerinden yapılan Biletleme işlemleri ile ilgili olarak Uçuş hizmeti kapsamında alınan bir bedeldir. Hizmet Bedeli her bir satış kanalının kendi maliyetini yansıtmasını sağlayan, her bir satış kanalı için farklı şekilde belirlenebilen, Uçuş yapılacak hat ve satın alınan Biletin ücret sınıfına göre değişiklik gösteren bir ücrettir. Pegasus İnternet Sitesi, Pegasus Mobil Uygulamaları ve Pegasus Çağrı Merkezinin düzenli ve kesintisiz Biletleme hizmeti sağlaması için gerekli maliyetler bu satış kanalları için Pegasus tarafından belirlenen Hizmet Bedeli hesabında dikkate alınmaktadır...” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; başvuran tüketici tarafından satın alınmış SAW-ATİNA güzergahlı 1.882 TL tutarlı biletin 13.03.2024 tarihinde açığa alındığı, anılan açığa bilet işlemi çerçevesinde başvuranın 14.06.2024 tarihli SAW-Balıkesir Edremit güzergahı için yeni bir uçuş seçimi yaptığı, söz konusu işleme ilişkin ekran görüntüsünde “Değiştirme tutar özeti, Eski Uçuş Toplam Tutarı: 1.882,00 TL, Yeni Uçuş Toplam Tutarı: 1.551,00 TL, Tahsil Edilecek Toplam Tutar: 201,00TL” olarak fiyat bilgilerinin yer aldığı, yeni

alınacak uçak bileti daha düşük fiyatlı olmasına karşın 201 TL fark ücretinin neden tahsil edildiğinin ve bu ücret kaleminin neye ilişkin olduğunun başvuran tüketici tarafından anlaşılmadığı, ticari uygulamada bulunan tarafından yapılan açıklamada aradaki tahsil edilecek ücret tutarının iade edilemeyen hizmet bedelinin her iki biletin de toplam tutarından mahsup edildiğindeki farka ilişkin olduğu ve hizmet bedelinin iade edilmediğine ilişkin kuralın biletleme işleminden önce yolcuya sunulan taşıma sözleşmesi niteliğindeki genel kurallarda yer aldığı belirtilmiş olmakla birlikte açığa bilet uygulamalarında yeni biletleme işlemi esnasında söz konusu ücret fark tutarı bilgisinin açık ve anlaşılır şekilde tüketiciye belirtilmemesine ilişkin ticari uygulamanın ortalama tüketici algısı dikkate alındığında, söz konusu ücret farkı konusunda tüketicilerde eksik veya hatalı bilgiye neden olduğu, ilgili durumun ise tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu nitelikte veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açıcı nitelikte haksız ticari uygulama arz ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 30/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Pegasus Hava Taşımacılığı Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

## **TÜTÜN VE ALKOL**

129)

**Dosya No: 2024/4256**

**Şikayet Edilen: Levent ZENGİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "levozn" kullanıcı isimli şahıs tarafından yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "levozn" kullanıcı isimli sayfanın 10.06.2024 tarihli görünümünde, alkollü içki ürünlerinin reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "levozn" kullanıcı isimli sayfanın 10.06.2024 tarihli görünümünde talep yaratıcı görüntü ve ifadeler kullanılarak mevzuat gereği alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yasak olmasına rağmen alkollü içki ürünlerinin reklamının yapıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamların mevzuata açıkça aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

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

130)

**Dosya No: 2024/4265**

**Şikayet Edilen: Geztat Turizm Gıda İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde firmaya ait "littlekitchenofficial" kullanıcı isimli sayfa tarafından "Mart Ayı Boyunca Yarım Litre Arpasuyu 60TL" ifadelerine yer verilerek yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 18.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde, firmaya ait "littlekitchenofficial" kullanıcı isimli sayfa tarafından "Mart Ayı Boyunca Yarım Litre Arpasuyu 60TL" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde firmaya ait "littlekitchenofficial" kullanıcı isimli sayfanın yapmış olduğu sponsorlu paylaşımlarda, "Mart Ayı Boyunca Yarım Litre Arpasuyu 60 TL" şeklinde talep

yaratıcı görüntü ve ifadeler kullanılarak mevzuat gereği alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yasak olmasına rağmen alkollü içki ürünlerinin reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan, firma tarafından gönderilen savunma yazısında "arpa suyu"nun yeme-içme sektöründe önemli miktarda arz ve talep konusu olan alkolsüz bira ve malt içecekler olarak yorumlanabileceği ifade edilmişse de gerek söz konusu reklamlarda alkol görseline yer verilmesi gerek firmaya ait restoranın menüsünde ifade edilen malt ürünlerin yer almaması sebebiyle mevzuata aykırı bir biçimde alkol tanıtımının yapıldığının açık olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu'nun 6/1 inci maddesi,
- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 uncu maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Geztat Turizm Gıda İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

131)

**Dosya No: 2024/4286**

**Şikayet Edilen: Soner VATANSEVER**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "Alaşehir Manşet" kullanıcı isimli sayfa tarafından yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet



**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde, şahsa ait "Alaşehir Manşet" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde, "İstasyon Tekel Market, Alkollü Alkolsüz İçecekler, 7/24 Ara Gelsin" şeklinde ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "*Alaşehir Manşet*" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde "*İstasyon Tekel Market, Alkollü Alkolsüz İçecekler, 7/24 Ara Gelsin*" şeklinde talep yaratıcı görüntü ve ifadeler kullanılarak mevzuat gereği alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yasak olmasına rağmen alkollü içki ürünlerinin reklamının yapıldığı ve işletmeye ait telefona yönlendirme yapıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamların mevzuata açıkça aykırı olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

132)

**Dosya No: 2024/4294**

**Şikayet Edilen: Süleyman KEREM**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "samiyontekel32" kullanıcı isimli sayfa tarafından yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde, şahsa ait "sampiyontekel32" kullanıcı isimli sayfanın 06.05.2024 tarihli görünümünde alkollü içki tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "sampiyontekel32" kullanıcı isimli sayfanın 06.05.2024 tarihli görünümünde talep yaratıcı görüntü ve ifadeler kullanılarak mevzuat gereği alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yasak olmasına rağmen alkollü içki ürünlerinin reklamının yapıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamların mevzuata açıkça aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 9/5, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

133)

**Dosya No: 2024/4293**

**Şikayet Edilen: Seher GÜNGÖR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "tektesellim\_tekel\_bayi" kullanıcı isimli sayfa tarafından yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde, şahsa ait "tektesellim\_tekel\_bayi" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde, "YENİ

KAMPANYA" başlığı altında paylaşılan Instagram hikayelerinde "Kampanya! Efes Malt Kutu 56 TL yerine 49 TL'dir. Dev Kampanya!" şeklinde ifadelerle, diğer taraftan yine şahsa ait tektesellim\_tekel\_bayi37 kullanıcı isimli sayfa tarafından çıkılan sponsorlu Instagram reklamlarında "Gönderiyi beğen! Yoruma 3 arkadaşını etiketle, @tektesellim\_tekel\_bayi @tektesellim\_tekel\_bayi37 hesaplarını takip et, 23.05.2024 canlı yayında çekilecektir. 1. Kişeye 70Cl Ballantines, 2. Kişiyeye 70Cl Passport, 3. Kişiyeye Vat69 " ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "tektesellim\_tekel\_bayi" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde, "YENİ KAMPANYA" başlığı altında paylaşılan Instagram hikayelerinde "Kampanya! Efes Malt Kutu 56 TL yerine 49 TL'dir. Dev Kampanya!" şeklinde ifadelerle yer verilerek mevzuat gereği alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yasak olmasına rağmen muhtelif alkollü içki ürünlerinin reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan yine şahsa ait tektesellim\_tekel\_bayi37 kullanıcı isimli sayfa tarafından çıkılan sponsorlu Instagram reklamlarında "Gönderiyi beğen! Yoruma 3 arkadaşını etiketle, @tektesellim\_tekel\_bayi @tektesellim\_tekel\_bayi37 hesaplarını takip et, 23.05.2024 canlı yayında çekilecektir. 1. Kişeye 70Cl Ballantines, 2. Kişiyeye 70Cl Passport, 3. Kişiyeye Vat69 " ifadelerine yer vermek suretiyle çekiliş yapıldığı, talep yaratıcı görüntü ve ifadeler kullanıldığı, dolayısıyla mevzuata açıkça aykırı olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 9/5, 14/1, 14/2, 14/3, 15/1, 22/1, 22/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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