

T.C.
TİCARET BAKANLIĞI
Reklam Kurulu Başkanlığı

BASIN BÜLTENİ

Toplantı Tarihi : 10 Eylül 2024

Toplantı Sayısı : 349

İLETİŞİM HİZMETLERİ

1)

Dosya No: 2024/5163

Şikayet Edilen: TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Prime Enerji Tarifesi" başlıklı reklam

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, tarifenin belirli bir şirket müşterilerine özel olarak satışa sunulduğu, tarifenin "#Bu Tarife Türk Telekom Prime Avantajlarını İçerir", "12 Ay Taahhütlü" ve "Türk Telekomlulara Özel" ibareleriyle tanıtıldığı, tarife ismini daha sonradan Enerji 25 Tarifesi olarak değiştirildiği, tarife sayfasının farklı başlık ve şirkete ait turktelekom.com.tr adresli internet sitesinin farklı sayfalarında prime avantajlarından yararlanma ve bu koşullarda değişikliklere ilişkin çeşitli bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait www.turktelekom.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Prime Enerji Tarifesi" başlıklı tanıtımların tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddialarına ilişkin olarak "Prime" ayrıcalıklarının elektronik haberleşme hizmetleri içerisinde yer almadığı, taahhütten bağımsız olduğu, mobil haberleşme hizmeti dışında çeşitli faydalar sunulduğu, taahhütsüz müşterilerin de bu ayrıcalıklardan yararlanabildiği, Temmuz 2023 tarihinden itibaren 30 GB ve daha yüksek mobil veri kullanım hakkı içeren tarifelerin prime kapsamına alınmasına karar verildiği, tarifelerin bilgilendirme sayfalarında prime ayrıcalıklarının taahhüt kapsamında olmadığı belirtilmediği, <https://www.turktelekom.com.tr/hakkimizda/duyurular/bireysel-mobil-prime-musterisi-olma-kosullari-hakkinda-bilgilendirme> adresi üzerinden koşullardaki değişikliğin abonelere duyurulduğu, yine benzer şekilde prime özellikleri kaldırılmadan önce faturalarda da abonelere bu konuda bilgilendirme yapıldığı, ilgili tarifenin internet sayfasında da "10 Şubat 2024 tarihi itibarıyla tarifenin Prime özelliği kaldırılmış olup tarife kapsamında sunulan Prime Ayrıcalıkları sona ermiştir. Belirtilen tarih itibarıyla tarifenin ismi Enerji 25 Tarifesi olarak güncellenmiştir." bilgisine yer verildiği ifade edilmiş olsa da ülke genelinde son yıllarda abone kitlesi oldukça artan ve abone olan tüketicilere muhtelif sektörlerdeki ortaklık/iş birliği yapılan markalarda indirim, hediye, çeşitli hususlarda ücretsiz kullanım veya öncelikli kullanım hakkı gibi farklı konularda faydalar sunarak tüketicilerin ilgili mobil hat işletmecisine geçiş yapmasını ve bu kategoride yer alan tarifelerden birini kullanmasını cazip kılmak için çeşitli fırsat ve teklifler içerecek şekilde hazırlanan söz konusu tarife gruplarının; normal tarife ve paketlere nazaran daha yüksek aylık fatura bedelleriyle tüketicilere sunulduğu ve tüketicilerin de "Prime" tarife grubuyla internet, dakika, kısa mesaj yönünden aynı paket içeriklerine sahip olup yalnızca Prime olmayan veya başka işletmecilere ait olan benzer tarifeleri seçip seçmeme iradelerinde; bahsi geçen paket içeriğine ilave olarak "Prime" tarifelerinde tüketiciyeye vad edilen ve "yan faydalar" olarak adlandırılacak diğer indirim, avantaj, ayrıcalık ve faydaların sunulması hususunun etken olabileceği, her ne kadar elektronik haberleşme hizmeti dışındaki unsurların ilgili abonelik mevzuatı uyarınca taahhüt kapsamında olmadığı düşünülse de söz konusu tarifeyle ilişkin reklam ve tanıtımlarda dikkate çekici bir şekilde vurgulanan "#Bu Tarife Türk Telekom Prime Ayrıcalıklarını İçerir." şeklindeki ifadeden tüketicilerin anılan tarifeyle geçiş yaparak taahhütte bulunmaları halinde taahhüt süresi boyunca Prime avantajlarından, ayrıcalıklarından yararlanabilecekleri beklentisinin doğal olarak oluştuğu, bu anlamda somut olayda şikayet edilen şirketin Prime kategorisinde satış ve tanıtıma çıktığı anılan tarifeyi tamamen bu statüden çıkarıp normal "Enerji 25" tarifesi olarak sunmaya devam etmesi ve bu değişikliğin de tüketicinin Prime abonesi olmasından 22 gün sonra vuku bulmasının anılan tarifenin başlangıçtaki reklamında "Prime ayrıcalıklarına sahip" olduğu yönündeki ana vaadi tamamen ortadan kaldırdığı, bir başka deyişle, bahsi geçen reklamlar aracılığıyla Türk Telekom mobil hat aboneliğine geçip "Prime Enerji" tarifesi için 12 ay taahhüt veren bir tüketicinin Prime faydalarının bir ay sonra kaldırılacağını/sona erdirileceğini öngörmesinin mümkün olmadığı,

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, 7/5-h, 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 **Tt Mobil İletişim Hizmetleri 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: 2024/5314

Şikayet Edilen: Panenet Bilişim Teknolojileri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: www.panenet.com.tr adresli internet sitesinde yer alan fiber internet aboneliğine ilişkin reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, şikayet edilenin internet sitesinde (panenet.com.tr) bağlantı hızlarına göre DSL ve fiber tarifelerin aynı şekilde sunulduğu, tarifelere ilişkin taahhüt, yükleme/indirme hızı gibi çeşitli unsurların ortak bir görsel yöntemiyle her bağlantı seçeneği için ayrı ayrı verildiği, ancak fiber bağlantılar için zorunlu olduğu anlaşılan modem ücretinin sayfanın alt kısmında dipnot olarak gösterildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait panenet.com.tr adresli internet sitesinde "Tarifeler" başlığı altında yer alan kampanya kapsamında abonelik başvurusunda bulunmak isteyen tüketiciye, modem alımının zorunlu tutulduğu ve modem ücret bilgisine gerektiği gibi yer verilmediği iddialarına ilişkin olarak "*Fiber altyapıda aylık 50 TL modem kira bedeli olmaktadır.*" şeklinde gerekli bilgilendirmelerin yapıldığı, Türk Telekom Fiber altyapısında kiralık fiber modem kullanım zorunluluğunun Türk Telekom tarafından kaynaklandığı ifade edilmişse de internet servis sağlayıcılara ilişkin daha önce inceleme konusu edilen bir reklama dair verilen karar üzerine gönderilen Bakanlığın 06.10.2023 tarihli ve 89721801 sayılı yazısında; zorunlu tutulmakla birlikte internet hizmet bedelinden ayrı olarak tahsil edilen modem ücretine,

hizmete ilişkin fiyat bilgisinden farklı bir bölümde yer verilmesi ve bu anlamda söz konusu reklam ve tanıtımların, modem temini ile tüketiciler tarafından ödenecek gerçek toplam fiyat bilgisine ilişkin gerekli ve doğru bilgilendirme yapılmaması sebebiyle koşullar ve aylık ödenecek fiyat bilgisine ilişkin tüketiciler nezdinde karışıklığa yol açtığı ve ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda yanıltıcı olduğu, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiğinin duyurulduğu, bu anlamda şikayet edilen şirketten fiber internet hizmeti almak isteyen istisnasız tüm tüketicilerden ayrıca aylık modem kira ücreti alınması söz konusu ise bu ücretin artık “ödenecek gerçek toplam fiyat” kapsamında ele alınarak gösterilmesi gerektiği, inceleme konusu reklamlarda bağlantı hızı ve aylık internet hizmetine büyük puntolarla ve aboneliğe ilişkin *"Taahhüt Yok, Adil Kullanım Kotası Yok... Fiyatlara vergiler dahildir"* gibi bilgilere de fiyat bilgisinin hemen altında yer verilmesine rağmen kampanya fiyatında modem ücreti nedeniyle bir değişiklik olabileceğinin açık ve anlaşılır bir şekilde belirtilmediği, mevcut durumda tüketici tarafından reklama konu hizmet karşılığında toplam ödenecek ücretin reklamda belirtilen tutardan ibaret olduğu yönünde haklı bir beklenti oluştuğu ancak tüketicilerden ayrıca modem kullanım ücretinin talep edildiği,

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, 7/5-ç, 13/1, 13/2, 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 **Panenet Bilişim Teknolojileri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

3)

Dosya No: 2024/5381

Şikayet Edilen: Sadenet Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.

Şikayet Edilen Ticari Uygulama: Sadenet Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş. tarafından sunulan internet hizmetine ilişkin müşteri temsilcisi tarafından telefon araması yoluyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

Ticari Uygulama Yayın/Erişim Tarihi: 11.01.2024

Yayınlandığı Mecra: Ticari Uygulama (Arama)

Tespitler: Başvuru sahibi ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, 12.01.2024 tarihinde başvuru sahibinin talebi üzerine Sadenet tarafından sağlanan fiber internet hizmetinin açıldığı, 12.01.2024 – 07.02.2024 tarihleri arasında tüketici tarafından yapılan kullanımlara ilişkin bağlantı tarihçesinin sunulduğu, 21.02.2024 tarihinde tüketici tarafından iptal talebinde bulunduğu, kimlik teyidinin ancak 19.04.2024 tarihinde sağlanması üzerine hizmetin iptal edildiği ve 21.02.2024 – 19.04.2024 tarihleri arasında yapılan kullanımlara ilişkin faturaların müşteri mağduriyeti olmaması adına iptal edildiği, yalnızca 12.01.2024 – 21.02.2024 tarihleri arasındaki kullanımlarına ilişkin olarak 366,33 TL ve tüketicinin taahhüt süresi içerisinde hizmeti iptal etmesi nedeniyle kurulum/aktivasyon ücretine ilişkin olarak 1.500,00 TL tutarında fatura kesildiği ve bu tutarların tüketici tarafından ödendiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirket tarafından iletilen görüşme kayıtları ve diğer tüm bilgi ve belgeler çerçevesinde, abonelik sözleşmesi kurulmadan önce gerçekleştirildiği anlaşılan görüşmede müşteri temsilcisi tarafından tüketiciye ilk olarak Sadenet aktivasyon departmanından arandığı bilgisinin verilerek tüketicinin kimlik bilgisinin teyit edildiği, ardından tüketiciye internet talebinde bulunmasına istinaden dönüş sağlandığının ifade edilerek “*almış olduğunuz internet Sadenet firmasının 24 Mbps sınırsız interneti ve 618,00 TL ödemek yerine aylık 489,00 TL olarak ödeme sağlayacaksınız.*” şeklinde bilgilendirmede bulunduğu ve tüketicinin adres bilgisinin teyidi aşamasına geçildiği, akabinde müşteri temsilcisi tarafından tüketicinin internet paket kurulumuna istinaden randevu için ayrıca aranacağı bilgisinin verildiği, bu anlamda abonelik sözleşmesinin kurulması öncesinde her ne kadar tüketiciye daha önceki bir görüşmede farklı bilgiler iletilmiş ve bu sebeple sözleşme ilişkisine dahil olduğu ileri sürülmekteyse de ortalama bir tüketiciden beklenenin; teyit aramasında özellikle karşı tarafın kimliği konusunda kendisine daha önce iletilenlerden farklı ve çelişkili bir bilgi ile karşılaşması halinde bu durumu sorgulaması ve son aşamada kendisine verilen bilgileri esas alarak sözleşme kurulması noktasında bilinçli bir tercih yapması olduğu, 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 gerektiği ve bu süreçte söz konusu abonelik sözleşmesi kurulmadan tüketiciye sözleşmeye dair gerekli ve doğru bilgilerin iletilmediğinin ortaya konabilmesi halinde artık haksız bir ticari uygulamadan bahsedilemeyeceği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların; 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.

DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI VE TEKNOLOJİ

4)

Dosya No: 2024/844

Şikayet Edilen: Toretto Yazılım ve Bilişim Sistemleri Sanayi Ticaret Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: "www.akakce.com" isimli internet sitesi üzerinden firmaya ait "www.yazicitoner.com.tr" internet sitesinde satışı yapılan "Xerox WorkCentre 3025 Muadil Toner" isimli ürün ile ilgili reklam

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, "www.akakce.com" isimli fiyat karşılaştırma platformunda, firmaya ait "www.yazicitoner.com.tr" internet sitesinde satışı yapılan "Xerox Work Centre 3025 Muadil Toner" isimli ürün ile ilgili ürün bilgisinde, "Ücretsiz Kargo" ifadesinin yer aldığı, ancak "www.yazicitoner.com.tr" Url adresli ilgili sayfaya gidildiğinde 95 TL kargo ücretinin yansıtıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "www.akakce.com" isimli fiyat karşılaştırma platformunda, firmaya ait "www.yazicitoner.com.tr" internet sitesinde satışı yapılan "Xerox Work Centre 3025 Muadil Toner" isimli ürün ile ilgili ürün bilgisinde, "Ücretsiz Kargo" ifadesinin yer aldığı, ancak "www.yazicitoner.com.tr" Url uzantılı sayfaya gidildiğinde 95 TL kargo ücretinin yansıtıldığı, dolayısıyla ürün için ödenecek toplam fiyat konusunda eksik bilgi taşıyan bahse konu reklamın doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırı olduğu ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/5, 13/9, 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 **Toretto Yazılım ve Bilişim Sistemleri Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

5)

Dosya No: 2024/3772

Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Ticaret Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait www.mediamarkt.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "*HP 3YM60AE (305) Renkli Mürekkep Kartuşu*" adlı ürüne ait reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 14.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesinde satışa sunulan "*HP 3YM60AE (305) Renkli Mürekkep Kartuşu*" na ilişkin teknik bilgiler içinde ürünün 6000 sayfa baskı yapabileceği bilgisinin verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesinde 6000 sayfa baskı yapılabileceği belirtilen "*HP 3YM60AE (305) Renkli Mürekkep Kartuşu*" adlı ürünün bu bilgilendirmenin aksine 100 sayfa baskı yaptıktan sonra tükendiği ve kullanılmadığı, internet sitesinde teknik özellikler arasında yazan 6000 sayfa baskı yapma özelliğinin ürünün esaslı unsurlarından olduğu ve yapılan bu fahiş hata ile tüketicilerin yanlış bilgilendirildiği, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Media Markt Turkey Ticaret 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.

6)

Dosya No: 2024/3788

Şikayet Edilen: Chery Otomobil Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait www.cherytr.com adresli internet sitesinde yer alan "*Yeni TIGGO 8 Pro Ayrıcalığın Keyfini Sürün*" başlıklı reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 12.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, reklam görselinde "*Yeni TIGGO 8 Pro Ayrıcalığın Keyfini Sürün... Chery TIGGO 8 PRO'yu Keşfet. 100.00 TL Takas Desteği 250.000 TL'ye 12 ay %0 faiz avantajı*" ifadelerilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın reklam ve ilanlarında yer verilen kampanyanın ÖTV muafiyeti olan araçlara da uygulandığının 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.

7)

Dosya No: 2024/3791

Şikayet Edilen: Yaşar ARISOY (Büyük Arısoy Ticaret)

Şikayet Edilen Reklam: www.hepsiburada.com internet sitesinde firma tarafından satışa sunulan "*Limax Dört Gözlü LPG'li Set Üstü Beyaz Ocak*" adlı ürüne ilişkin reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 04.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yapılan ve Bakanlığa gönderilen denetim raporunda, "*Büyük Arısoy Ticaret*" firmasının internette görseli kullanılan "*Limax*" marka ocağın siparişinin verilmesi durumunda, "*Limax*" marka ocağın ellerinde olmadığı gerekçesi ile "*Minisan marka Maximus model dört gözlü set üstü ocakların*" gönderiminin yapıldığının anlaşıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından "*Büyük Arısoy Ticaret*" satıcı adı ile www.hepsiburada.com internet sitesinde satışa sunulan "*Limax Dört Gözlü LPG'li Set Üstü Beyaz Ocak*" adlı ürünün reklamı yapılmasına rağmen satın alan tüketicilere başka marka bir ürün gönderildiği, 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, 11-a, 11-b, 29/1, 29/2-a ve 32/1 inci maddeleri,

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

Buna göre, reklam veren **Yaşar ARISOY (Büyük Arısoy Ticaret)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

8)

Dosya No: 2024/3796

Şikayet Edilen: Candy Hoover Euroasia Ev Gereçleri San. ve Tic. A.Ş

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait www.hoover-home.com adresli internet sitesinde satışa sunulan HF9 (HF910H011) model kablosuz dikey süpürgeye ilişkin reklam ve ilanlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: Ocak 2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Tüketici tarafından gönderilen reklam örnekleri incelendiğinde, ürüne ait internet sitesi görsellerinde "*5 yıl garanti*" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın reklam ve ilanlarında taahhüt ettiği 2+3 yıl ek garanti kampanyasını uyguladığı 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: 2024/3806

Şikayet Edilen: Kolat Motosiklet Bisiklet Motorlu Araçlar San. ve Tic. A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait www.falcommotosiklet.com adresli internet sitesinde yer alan "*Falcon Enjoy Plus Elektrikli Scooter*" reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 24.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, ürüne ait teknik özelliklerin sıralandığı internet görselinde "*Kusursuz özellikleriyle Enjoy Plus... Tek şarj ile ortalama 120 km menzil*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.falcommotosiklet.com adresli internet sitesinde ve bayilerde satışı yapılan "*Falcon Enjoy Plus Elektrikli Scooter*" adlı ürüne ait reklamlarda ürünün 120 km menzili olduğu belirtilmesine rağmen ürünün menzilin ancak 50-60 km olarak gerçekleştiği, her ne kadar kullanılan ortama ve sürücüyü göre değişiklik gösterebilse de elektrikli scooter ürününe ilişkin menzil bilgisinin esaslı unsur olduğu ve reklamlarda bu bilgilendirmenin gerçeğe aykırı olarak yapıldığı, 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 **Kolat Motosiklet Bisiklet Motorlu Araçlar 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.

DİĞER MAL VE HİZMETLER

10)

Dosya No: 2024/867

Şikayet Edilen: Turkuvaz Müzik Kitap Mağazacılık Pazarlama A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Şirkete ait "*www.idefix.com*" isimli alışveriş sitesine ilişkin tüketicilere gönderilen kısa mesaj reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: Kısa Mesaj

Tespitler: İnceleme konusu şirkete ait "*İdefix*" isimli alışveriş sitesi tarafından kısa mesajla, "*22. Geleneksel Kitap Festivali Son Günleri! Üstelik 500 TL ve Üzeri Alışverişlerde Sepette 50 TL İndirim Fırsatını İdefix'te Kaçırma! - Kitaplarda Yazı Müjdeleyen Fiyatları Kaçırma! Üstelik Sepette 500 TL Üzeri Alışverişlerde 50 TL İndirim Fırsatı! Sadece İdefix Satıcısında Geçerlidir.*" ifadeli indirim reklamlarının gönderildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; başvuru sahibi tüketicinin söz konusu kampanya tarihleri olan 01.04-31.05.2024 tarihlerinde 440 TL tutarında alışveriş yaptığı, ancak bahse konu indirimin ise 500 TL ve üzeri alışverişlerde geçerli olduğu bilgisinin tüketiciye kısa mesajla gönderilen indirim reklamında belirtilmesine rağmen alışverişin şartlarını sağlamadığı, reklam veren tarafından söz konusu alışverişe ilişkin fatura örneği ve satış kaydı bilgilerinin gönderildiği ve gönderilen bilgi ve belgelerle de bu durumun ispat edildiği, anılan tanıtımlarda herhangi bir aldaticılığın 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.

11)

Dosya No: 2024/1627

Şikayet Edilen: Doğuş Planet Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.ř.

Şikayet Edilen Reklam: "*www.ensonhaber.com*" isimli internet sitesinde yayımlanan "N11" isimli elektronik ticaret sitesinde satışı yapılan ürünlere ait banner reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, "*www.ensonhaber.com*" internet sitesinde yayımlanan şirkete ait "N11" isimli elektronik ticaret sitesinde satışı yapılan "*Mercedes C Class W204 Turbo Hortumu C180 C200 Kompr. -2045280782*" isimli ürüne ait banner reklamlarında ürünün fiyatının 1.016,95 TL olarak belirtildiği, ancak ilgili siteye yönlendirildiğinde ürünün fiyatının 1.243,25 TL olarak sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; 08.07.2024 tarihinde, "*www.ensonhaber.com*" internet sitesinde yayımlanan reklamda "N11" isimli elektronik ticaret sitesinde satışı yapılan "*Mercedes C Class W204 Turbo Hortumu C180 C200 Kompr. - 2045280782*" isimli ürünün fiyatının 1.016,95 TL olarak belirtildiği, ancak ilgili siteye yönlendirildiğinde ürünün fiyatının 1.243,25 TL olarak sunulduğu, aynı ürüne ait farklı fiyat uygulanması suretiyle gerçekteştirilen söz konusu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve 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, 13/1, 13/2, 13/9 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

12)

Dosya No: 2024/1629

Şikayet Edilen: Avrasya Tüneli İşletme İnşaat ve Yatırım A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya mecrasında, şirkete ait "*@avrsyatumeli*" isimli kullanıcı adıyla yapılan reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamlarda, Instagram isimli sosyal medya mecrasında şirkete ait "*@avrsyatumeli*" kullanıcı adıyla yapılan paylaşımlarda, "*İki kıta arasındaki en kısa yol olan Avrasya... -İki Kıtanın #EnKısaYolu*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram isimli sosyal medya mecrasında şirkete ait "*@avrsyatumeli*" kullanıcı adıyla yapılan paylaşımlarda, "*İki kıta arasındaki en kısa yol olan Avrasya... -İki Kıtanın #EnKısaYolu*" ifadelerine yer verildiği, ancak reklam veren tarafından gönderilen bilgi ve belgelerle 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.

13)

Dosya No: 2024/1652

Şikayet Edilen: Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya hesabında, şirkete ait "*@bimturkiye*" isimli hesap üzerinden yapılan "North Pacific Verandalı Çadır" markalı ürüne ilişkin reklam

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, şirkete ait "*@bimturkiye*" kullanıcı adıyla Instagram isimli sosyal medya hesabından yapılan "*BİM Aktüel*" reklamlarında tanıtılan "*NORTH PACIFIC VERANDALI ÇADIR 6 KİŞİLİK 3.799,00 TL*" adlı ürünün 5 Temmuz'dan itibaren satışa sunulduğu ve "*Stok adedi belirtilen ürünler dışındaki her bir üründen en az 10.000 adet satışa sunulmaktadır. Bu stoklar, Türkiye genelinde tüm mağazaların toplam stoğudur. Mağaza özelinde stok sayıları farklılık gösterebilir.*" ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait "*@bimturkiye*" kullanıcı adıyla Instagram isimli sosyal medya hesabında paylaşılan "*5 Temmuz Cuma'dan itibaren mağazalarımızda.*" ifadesinin yer aldığı "*BİM Aktüel*" reklamlarında tanıtılan "*NORTH PACIFIC VERANDALI ÇADIR 6 KİŞİLİK 3.799,00 TL*" adlı üründen satın almak için 5 Temmuz 2024 tarihinde Çankırı ilinde bulunan BİM mağazalarına giden tüketicinin anılan ürünü bulamadığı, aynı zamanda tüketicinin aynı ürün için "*Belsin / KAYSERİ*" de ikamet eden tanıdıklarının da BİM mağazalarına uğradığı, ancak mağazalara bahse konu ürünün gelmediği bilgisinin verildiği, söz konusu ürünün "*Çankırı ili ve Belsin / KAYSERİ ilçesinde bulunan*"hangi mağazalarda satışa sunulduğuna ve stok bilgisine ilişkin tüketicilerin bilgilendirilmediği, dolayısıyla reklamlarda yer alan stok bilgilerinin gerçeği yansıtmadığı, söz konusu ürünün Çankırı İli ile Belsin/KAYSERİ'de bulunan mağazalarda satışına ve stok bilgisine ilişkin ispatlayıcı bilgi ve belgelerin sunulamadığı, söz konusu reklamların dürüst rekabet ilkelerine aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/9, 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 **Bim Birleşik Mağazalar 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: 2024/3538

Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizm. ve Tic. A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada yer alan "*Hepsiburada Premium World Kart*" ile "*Peşin fiyatına 12 taksitle öde*" başlıklı tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 07.04.2024-28.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde, "*Hepsiburada Premium World Kart*" başlığı altında "*Peşin fiyatına 12 taksitle öde*", "*1.000 TL Hediye kazan*", "*Her alışverişte %5 kazan*" ve "*Yemeksepeti'nde %10 kazan*" tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada satışa sunulan muhtelif ürünlere ilişkin "*Hepsiburada Premium World Kart*" ile "*Peşin fiyatına 12 taksitle öde*" tanıtımlarına yer verildiği, tüketici başvuruları kapsamında kredi kartı başvurusunda bulunularak ürünün taksitle satın alınmaya çalışıldığı, ancak ödeme aşamasında kart bilgileri girilmesine rağmen "*12 taksit*" seçeneği sunulmadığı, ayrıca başvuru tüketiciye müşteri hizmetleri tarafından fiyatı "*3.000 TL- 10.000 TL arası olan ürünlere 3 taksit, fiyatı 10.000 TL üzerinde olan ürünlere 12 taksit yapılabileceği*" bilgilendirmesinin yapıldığı, dolayısıyla taksitlendirme kapsamında olmayan ürünler ve taksitlendirme kampanyası koşulları hakkında tüketicilere bilgilendirmede bulunulmadığı iddialarına ilişkin firma tarafından internet sitesinde yer alan birçok farklı sayfada detaylı bilgilendirmelerin bulunduğu ve istisna kapsamında olmayan çok sayıda ürünün "*12 Taksit*" seçeneği ile satıldığı, BDDK düzenlemeleri uyarınca bazı ürünlerin 12 taksitle satışının yasal olarak mümkün olmadığı ifade edilmesine rağmen "*12 Taksit*" seçeneğine ilişkin genel tanıtım görsellerinde BDDK'nın yasal düzenlemeleri gereği satışa sunulan her ürünün "*12 Taksit*" seçeneği ile satışa sunulmadığı ve ürün kategorilerine göre taksit sayısının değişebileceği gibi tüketicinin satın alma davranışına etki edebilecek nitelikte önemli hususlara yönelik herhangi bir bilgilendirmede bulunulmadığı, ayrıca genele ilişkin tanıtımlarda yer alan 12 taksitle ödeme imkanına ilişkin reklamın yasal mevzuat gereği 12 taksit yapılamayacak ürün tüketici tarafından seçilmesi durumunda ürüne özel sayfada tüketiciye gösterildiğinin görüldüğü, diğer taraftan, genel tanıtım görselinde yer alan "*1.000 TL Hediye Kazan*" tanıtımlarına yönelik Reklam Kurulunun 11.06.2024 tarih ve 346 sayılı toplantısında; tanıtımlarda "*1.000 TL hediye*" ifadelerine yer verilmesine rağmen alt yazı metninde Yapı Kredi'den ilk defa kredi kartı sahibi olan müşterilerin Hepsiburada'dan yaptıkları KDV dahil her 500 TL'lik alışverişlerinde 100 TL olmak üzere toplamda 1.000 TL değerinde Hepsiburada'da geçerli puan yükleneceğinin belirtildiği, ancak ana vaadin esaslı unsuru olduğu için reklamın ana mesajında yer alması gereken bilgilere alt yazı metninde yer verilmesinin, ana vaadi açmak, netleştirmek veya ana vaadin gerçekleşmesi için gerekli koşulları veya istisnaları iletme sınırını aştığı gerekçeleriyle anılan tanıtımların durdurulmasına karar verilmesine rağmen firmaya ait internet sitesinde de benzer nitelikte Kurul

kararına aykırı şekilde anılan tanıtımların yer aldığı tespit edildiği, ayrıca tanıtımlarda "1.000 TL"nin yine Hepsiburada platformunda kullanılabilecek "Puan" olduğuna ilişkin bir ibareye ve bu kapsamda koşul ve istisnalara ilişkin herhangi bir yönlendirmeye yer verilmediğinin görüldüğü, dolayısıyla gerek taksitlendirme kampanyası ve kampanya koşullarına ilişkin gerekse "1.000 TL Hediye Kazan" tanıtımlarına yönelik tüketicilere eksik bilgilendirme yapılarak tüketiciler nezdinde yanıltıcılığa yol açıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-d, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 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 **D-Market Elektronik Hizm. Ve Tic. 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.

15)

Dosya No: 2024/4351

Şikayet Edilen: Biletinial Bilet Basım ve Dağıtım A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait @biletinial isimli instagram hesabında yer alan "*Biletler Sınırlı Sayıda*", "*Çift Bilet Kampanyası*", "*Tükenmeden sen de biletini al*" tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 27.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait @biletinial isimli instagram hesabında yer alan muhtelif gönderilerde, 06.09.2024 tarihli Gökhan TÜRKMEN konseri için "*Biletler Sınırlı Sayıda*", 21.06.2024 tarihli Ogün ŞANLISOY konseri için "*Çift Bilet Kampanyası*", 25.05.2024 tarihli Anadolu Ateşi gösterisi için "*Tükenmeden sen de biletini al*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta reklam mevzuatı hükümlerine aykırı ve yanıltıcı bir unsura

rastlanmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple, şikayete konu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

16)

Dosya No: 2024/4416

Şikayet Edilen: Reeder Elektronik Akademi ve Mağazacılık Ticaret A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait @reedkkan isimli instagram hesabında yer alan "ReeDükkan'da ne var ne yok" başlıklı tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 25.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait @reedkkan isimli instagram hesabında yer alan "ReeDükkan'da ne var ne yok" başlıklı video tanıtımlarda, "Ara tara bulamayıp sıkılmak yok. Çünkü artık ReeDükkan var. (...)Binlerce seçenekte boğulmak yok. (...) Kötüsünü hem de pahalıya almak yok. (...) Satıcıyla uğraşıp huzur kaçırmak yok. (...)" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait @reedkkan isimli instagram hesabında yer alan "ReeDükkan'da ne var ne yok" başlıklı tanıtımlarda, "Ara tara bulamayıp sıkılmak yok. Çünkü artık ReeDükkan var. (...)Binlerce seçenekte boğulmak yok. (...) Kötüsünü hem de pahalıya almak yok. (...) Satıcıyla uğraşıp huzur kaçırmak yok. (...)" ifadelerine yer verildiği, söz konusu "Satıcıyla uğraşıp huzur kaçırmak yok" ibaresi ile açıkça satıcıların kötülendiği ve mağdur edildiği, "satıcı" ifadesinden ise esnaf ve tacirlerin kastedilmeye çalışıldığı, ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda haksız şekilde satıcıların kötü ve pahalı ürün sattığının ifade edildiği, diğer taraftan inceleme konusuna ilişkin 30.07.2024 tarihinde e-tebligat yöntemi ile firmaya tebliğ edilmiş olan bilgi, belge isteme yazısına herhangi bir cevap verilmediğinin görüldüğü, bu nedenle firmanın ispat yükümlülüğünü yerine getirdiğinden bahsedilemeyeceği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldatici 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, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-ç, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-g, 8/1-ı, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 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 **Reeder Elektronik Akademi ve Mağazacılık 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.

17)

Dosya No: 2024/4520

Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait "*Rize Merkez Müftü Mahallesi Şubesi*"nde satışa sunulan "*Torku Süt 1L*" isimli ürüne ilişkin "*4-10 Temmuz*" tarihli "*Aldın Aldın*" başlıklı afiş tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 04.07.2024

Yayınlandığı Mecra: Afiş

Tespitler: Firmaya ait "*Rize Merkez Müftü Mahallesi Şubesi*"nde satışa sunulan "*Torku Süt 1L*" isimli ürünün mağazada bulunan "*4-10 Temmuz*" tarihli "*Aldın Aldın*" başlıklı indirimli afiş fiyatının "*29,50 TL*", tüketici tarafından sunulan 04.07.2024 tarihli fişte ürün fiyatının "*44,50 TL*" olduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "*Rize Merkez Müftü Mahallesi Şubesi*"nde satışa sunulan "*Torku Süt 1L*" isimli ürünün mağazada bulunan "*Aldın Aldın*" başlıklı afişte indirimli satış fiyatı "*29,50 TL*" olmasına rağmen kasada "*44,50 TL*" olarak değiştiğinin görüldüğü, konuya yönelik iddialara ilişkin firma tarafından ürünün yalnızca Rize mağazasında değil, Artvin, Trabzon, Gümüşhane gibi kampanyanın geçerli olduğu çeşitli illerde bulunan mağazalarda da afiş tarihinde "*29,50 TL*"den satıldığı, sunulan belgeler ile söz konusu hususun tespit edilebileceği ifade edilmesine rağmen inceleme konusu kampanyanın "*4-10 Temmuz*" tarihleri arasında geçerli olduğu, başvuru tüketici tarafından sunulan 04.07.2024 tarihli fişte ürünün "*44,50 TL*" den satışının gerçekleştirildiğinin tespit edildiği, dolayısıyla söz konusu "*Torku Süt 1L*" isimli ürüne ilişkin afiş tanıtımlarının 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, 13/5, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 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 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

18)

Dosya No: 2024/4342

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

Şikayet Edilen Ticari Uygulama: www.trendyol.com ve söz konusu internet sitesine ait mobil uygulamada yer verilen "Baktığın ürün tükeniyor", "Sınırlı stok uyarısı", "Pazar gününe özel fiyatı en çok düşen ürünleri keşfet" başlıklı bildirimler

Ticari Uygulama Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: Ticari Uygulama (İnternet)

Tespitler: www.trendyol.com ve söz konusu internet sitesine ait mobil uygulama üzerinden tüketicilere "*Baktığın ürün tükeniyor-İlgilendiğin ürüne son 24 saat içinde... kişi baktı*", "*Pazar gününe özel <FİYATI EN ÇOK DÜŞEN> ürünleri hemen keşfet*", "*Favorilerin hızla tükeniyor olabilir! Stoğu azalan ürünleri görmek için hemen tıkla*", "*...kişi favoriledi*", "*... kişinin sepetinde*" şeklinde bildirimlerin gönderildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "*Baktığın ürün tükeniyor*" başlıklı bildirimle ilişkin olarak, her ne kadar ticari uygulamada bulunan tarafından söz konusu bildirim sistemselsel olarak işletilen algoritmaya dayalı olarak daha önce ilgili tüketicilerin incelediği ürünlerin stok sayılarının beş ve altına düşmesi ile ürünlerin beş ve daha fazla tüketici tarafından incelenmesi durumunda gönderildiği belirtilse de "Vetcom Renal Renew For Cats" adlı ürüne ilişkin olarak incelemenin başlatıldığı dönemde ürünün stok sayısına ilişkin belirtilen kısıtı kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığa sunulmadığı,

"*Sınırlı stok uyarısı-Favorilerin hızla tükeniyor olabilir. Stoğu azalan ürünleri görmek için hemen tıkla*" başlıklı bildirimle ilişkin olarak, yapılan açıklamada söz konusu bildirim tüketicilere özel olmadığına yer verilse de "Favorilerin hızla tükeniyor olabilir" ifadesinden de görüleceği üzere ilgili bildirim ile tüketicinin gerçekte hiç incelemediği veya ilgisinin bulunmadığı, dolayısıyla

favori olarak belirlenmeyen ürünlere ilişkin bir bildirimden tüketici tarafından incelenerek ürünün stok miktarının azaldığı algısının oluşturulduğu ve bildirimden alışveriş tercihlerinin manipüle edilecek şekilde gönderildiği,

"Pazar gününe özel fiyatı en çok düşen ürünleri keşfet" bildirimine ilişkin olarak, ticari uygulamada bulunan tarafından ürünlerin fiyatlarındaki değişimleri gösterir, diğer bir ifadeyle, söz konusu ürünlerin fiyatlarının düştüğünü kanıtlar nitelikteki bilgilerin satıcı ve zaman unsurlarının tespit edilememesi nedeni ile Bakanlığımıza sunulmadığı ayrıca gerek "Sınırlı stok uyarısı" gerekse de "Pazar gününe özel fiyatı en çok düşen ürünleri keşfet" başlıklı bildirimlere ilişkin sayfalarda yer verilen "...kişi favoriledi", "... kişinin sepetinde" vb. nitelikteki bildirimleri kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığımıza sunulmadığı, dolayısıyla yukarıda bahsi geçen uygulamalar yoluyla Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar mevzuatında yer verilen "internet ortamında bir mal veya hizmete ilişkin yönlendirici ara yüz tasarımları, seçenekler ya da ifadeler gibi araçlarla tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkileyen ya da normal şartlar altında vereceği kararda satıcı veya sağlayıcı lehine değişikliklere yol açmayı hedefleyen yöntemler kullanmak" şeklindeki haksız ticari uygulamanın gerçekleştirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 29/1 ve 32/1 inci maddeleri ile 'Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A -Aldatıcı Ticari Uygulamalar 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

19)

Dosya No: 2024/4814

Şikayet Edilen: Rainwater Dış Tic. San. ve Tic. A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam/TU: www.rainwater.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Rainwater Hydrogen" adlı ürüne ilişkin reklamlar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Reklam veren tarafından, <https://www.rainwater.com.tr/> adresli internet sitesinde yayınlanan "Rainwater Hydrogen" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda, "Avrupa'nın en çok satan cihazı", "Hydrogen suyun devrimi" şeklindeki ifadeler ile birlikte "1lt hidrojenli suyun antoksidan gücü 700 adet muz, 500 adet elma, 40 adet havuç", "alkali hidrojenli su normal suya göre 6 kat daha hidratör", "Yan etkileri olmayan güç antioksidan anti inflamatua, anti-obezite, ve anti-alerjik etkileri olan teknoloji", "saflaştırılmış hydrogen teknolojisi doğrudan arıtma sitemi";

Rainwater hydrogen su sebili hakkında bilimsel araştırmalar başlığı altında "antioksidandır, iskelet sistemini güçlendirir, beyin hasarını önler, kanser hücrelerinin gelişimini bastırır, görme ve işitme kaybını önler, hücre bazında etkilidir, iyileşmeyi hızlandırır, böbrek hatalığını iyileştirir, karaciğerinizi korur, akciğerinizi korur, metobolik sendromu önler, ağrı kesicidir, radyasyondan korur, omurga ve pankreası korur, sindirim sistemini düzenler, ruh sağlığını korur";

Kullanmak için bir çok sebebiniz var başlığı altında "Kuru ciltler için nemlendirme özelliği sağlar", "antioksidan günde 1032 elma almak ile aynı etkiyi sağlar", "vücutta kolay nem Emilimi ve emisyon atığını sağlar", "Yaşlanma karşıtı vücuttaki reaktif oksijenin uzaklaştırılmasını sağlar";

"En yakın rakibine oranla %50 az yer kaplar"

"-450 ORP (mV) değerinde: Hydrogen SU'nun ORP (Oksidasyon İndirgeme Potansiyeli) değeri hakkında size bilgi vermek istiyoruz çünkü bu, suyun kalitesi ve sağlık yararları açısından son derece önemlidir. ORP değeri, suyun içerdiği serbest radikallerin veya antioksidanların seviyesini ölçer. Hydrogen SU, düşük ORP değerleri ile öne çıkar. Bu, suyun antioksidan özelliklerinin yüksek olduğu anlamına gelir. Antioksidanlar, vücudunuzdaki serbest radikallerle savaşarak hücrel hasarı azaltmaya yardımcı olur. Dolayısıyla, Hydrogen SU tüketmek, vücudunuzun oksidatif stresle mücadelesine doğal bir destek sağlar ve genel sağlık ve iyilik halinizi artırır. Daha düşük ORP değerleri aynı zamanda suyun daha temiz, daha saf ve daha taze olduğunu gösterir. Bu da suyun içindeki zararlı maddelerin azaltıldığı anlamına gelir, bu da size ve ailenize sağlıklı bir içme suyu kaynağı sağlar. Hydrogen SU'nun düşük ORP değerleri sayesinde, her bir yudumda vücudunuzun desteklenmesini ve optimum sağlık için gereken antioksidanların alınmasını garanti altına alırsınız. Bu, günlük yaşamınızda daha enerjik, daha canlı ve daha sağlıklı olmanıza yardımcı olabilir. Siz de Hydrogen SU'nun sağlık yararlarından faydalanmak ve kendinizi daha iyi hissetmek için bugün bir adım atın. Doğanın en iyisini içmek için doğru yerdesiniz."

"Normal içme suyuna oranla 500 kat daha fazla etkili antioksidan kaynağı olan Rainwater Hydrogen canlı su kaynağı ile vücuda zarar veren serbest radikallere karşı en etkili koruma sistemini vücuda geri kazandırır."

"Hidrojenli su, çabuk emilir ve boşalır, bu nedenle egzersiz yaparken fazla kilolarınız için yardımcı olabilir. Vücudumuzu olumsuz etkileyen aktif oksijen, vücutta biriktiğinde alerji, astım, kronik yorgunluk ve cilt yaşlanmasına neden olabilir ve hatta tüm hastalıkların ve yaşlanmanın %90'ına varan oranlarda nedeni olabilir. Bu nedenle vücudumuzda biriken aktif oksijen miktarını azaltmamız gerekir. Antioksidan etkiye sahip bol miktarda çözülmüş hidrojen içeren su, vücudumuzda biriken aktif oksijeni uzaklaştırabilir. Suyun faydaları hiç şüphe yok ki herkes tarafından bilinmektedir." "Rainwater ile altıgen canlı su antioksidan kaynağı" gibi çok sayıda sağlık beyanı da içeren ifadenin bulunduğu;

"Uluslararası Standartlarda Sertifikasyon Garantisiyle Yaşamınıza Değer Katar "Kusursuzluğun güveni; yaşama tazelik ve garanti sunar" ifadeleri ile birlikte çok sayıda sertifikaya; "Sektörün lider markaları Rainwater ürünlerini tercih ediyor" başlığı altında çeşitli firma logo ve unvanlarına; müşteri yorumları" başlığı altında çok sayıda firma logosu ile birlikte çeşitli yorumlara yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.rainwater.com.tr/> adresli internet sitesinde "Rainwater Hydrogen" adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan, *"Avrupa'nın en çok satan cihazı", "Hydrogen suyun devrimi", "1lt hidrojenli suyun antoksidan gücü 700 adet muz, 500 adet elma, 40 adet havuç", "alkali hidrojenli su normal suya göre 6 kat daha hidratör", "antioksidan günde 1032 elma almak ile aynı etkiye sağlar", "En yakın rakibine oranla %50 az yer kaplar", "Normal içme suyuna oranla 500 kat daha fazla etkili antioksidan kaynağı olan Rainwater Hydrogen" vb. nitelikteki sayısal verileri içeren iddialar ile*

"Uluslararası Standartlarda Sertifikasyon Garantisiyle Yaşamınıza Değer Katar", "Kusursuzluğun güveni; yaşama tazelik ve garanti sunar" ifadeleri altında yer verilen sertifikaları; "Sektörün lider markaları Rainwater ürünlerini tercih ediyor" başlığı altında iddia edildiği şekliyle çeşitli firmaların ürünü kullandığı iddiasını; "müşteri yorumları" başlığı altında bulunan müşteri yorumlarının doğruluğunu kanıtlar nitelikteki bilgi ve belgelerin reklam veren tarafından Bakanlığa sunulmadığı,

Diğer taraftan ürün tanıtımlarında, "Yan etkileri olmayan güç antioksidan anti inflamatua, anti-obezite, ve anti-alerjik etkileri olan teknoloji", "antioksidandır, iskelet sistemini güçlendirir, beyin hasarını önler, kanser hücrelerinin gelişimini bastırır, görme ve işitme kaybını önler, hücre bazında etkilidir, iyileşmeyi hızlandırır, böbrek hatalığını iyileştirir, karaciğerinizi korur, akciğerinizi korur, metobolik sendromu önler, ağrı kesicidir, radyasyondan korur, omurga ve pankreası korur, sindirim sistemini düzenler, ruh sağlığını korur", "Kuru ciltler için nemlendirme özelliği sağlar", "Yaşlanma karşıtı vücuttaki reaktif oksijenin uzaklaştırılmasını sağlar", "-450 ORP (mV) değerinde: Hydrogen SU'nun ORP (Oksidasyon İndirgeme Potansiyeli) değeri hakkında size bilgi vermek istiyoruz çünkü bu, suyun kalitesi ve sağlık yararları açısından son derece önemlidir. ORP değeri, suyun içerdiği serbest radikallerin veya antioksidanların seviyesini ölçer. Hydrogen SU, düşük ORP değerleri ile öne çıkar. Bu, suyun antioksidan özelliklerinin yüksek

olduğu anlamına gelir. Antioksidanlar, vücudunuzdaki serbest radikallerle savaşarak hücrenel hasarı azaltmaya yardımcı olur. Dolayısıyla, Hydrogen SU tüketmek, vücudunuzun oksidatif stresle mücadelesine doğal bir destek sağlar ve genel sağlık ve iyilik halinizi artırır. Daha düşük ORP değerleri aynı zamanda suyun daha temiz, daha saf ve daha taze olduğunu gösterir. Bu da suyun içindeki zararlı maddelerin azaltıldığı anlamına gelir, bu da size ve ailenize sağlıklı bir içme suyu kaynağı sağlar. Hydrogen SU'nun düşük ORP değerleri sayesinde, her bir yudumda vücudunuzun desteklenmesini ve optimum sağlık için gereken antioksidanların alınmasını garanti altına alırsınız. Bu, günlük yaşamınızda daha enerjik, daha canlı ve daha sağlıklı olmanıza yardımcı olabilir. Siz de Hydrogen SU'nun sağlık yararlarından faydalanmak ve kendinizi daha iyi hissetmek için bugün bir adım atın. Doğanın en iyisini içmek için doğru yerdesiniz."

"Normal içme suyuna oranla 500 kat daha fazla etkili antioksidan kaynağı olan Rainwater Hydrogen canlı su kaynağı ile vücuda zarar veren serbest redikallere karşı en etkili koruma sistemini vücuda geri kazandırır."

"Hidrojenli su, çabuk emilir ve boşalır, bu nedenle egzersiz yaparken fazla kilolarınız için yardımcı olabilir. Vücudumuzu olumsuz etkileyen aktif oksijen, vücutta biriktiğinde alerji, astım, kronik yorgunluk ve cilt yaşlanmasına neden olabilir ve hatta tüm hastalıkların ve yaşlanmanın %90'ına varan oranlarda nedeni olabilir. Bu nedenle vücudumuzda biriken aktif oksijen miktarını azaltmamız gerekir. Antioksidan etkiye sahip bol miktarda çözünmüş hidrojen içeren su, vücudumuzda biriken aktif oksijeni uzaklaştırabilir. Suyun faydaları hiç şüphe yok ki herkes tarafından bilinmektedir." "Rainwater ile altıgen canlı su antioksidan kaynağı" gibi mevzuatla açıkça yasaklanan çok sayıda sağlık beyanı içeren ifadelerin kullanıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların yanıltıcı ve aldatıcı nitelik arz ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların ve ticari uygulamaların;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-a, 7/8-b, 7/8-ç, 8/1-a, 8/1-b, 8/1-c 8/1-ç, 8/1-d, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-g, 9/1, 9/5, 17/1, 17/3, 26/1, 28/1, 28/B-1, 28/B-2, 28/B-3, 28/B-5, 28/B-6 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Rainwater Dış Tic. San. ve Tic. A.ř.** 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.

20)

Dosya No: 2024/1932

Şikayet Edilen: Online İkamet Randevu Danışmanlık Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.gochizmetleri.com/> adresli internet sitesinde yer alan "ikamet izni", "çalışma izni" içerikli reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Reklam veren tarafından, www.gochizmetleri.com adresli internet sitesinde Göç İdaresi Başkanlığı yetkisinde bulunan ikamet izni ve çalışma belgesi işlemlerinin gerçekleştirildiğine yönelik tanıtımlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.gochizmetleri.com adresli internet sitesinde, Göç İdaresi Başkanlığı yetkisinde bulunan ikamet izni ve çalışma belgesi işlemlerinin gerçekleştirildiği, dolayısıyla bu konuda reklam verenin yetkisi bulunmadığı halde tüketicilere ilgili hizmetlerin sunulduğu yönünde yanıltıcı beyanlarda bulunduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Online İkamet Randevu Danışmanlık 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** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde yer aldığı tespit edilen "info@gochizmetleri.com" uzantılı elektronik iletişim adresi üzerinden yapılacak bildirimle aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde anılan içeriklerin çıkarılmaması hâlinde **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

21)

Dosya No: 2024/5317

Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: www.carrefoursa.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Ziraat Bankası kredi kartına 6 taksit" başlıklı reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 21.01.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, "Ziraat Bankası kredi kartına 6 taksit" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; reklamlarda kullanılan ifadelerin geçerli olduğu, ilgili dönemde çok sayıda tüketicinin taksit imkanından yararlandığı, reklamlarda herhangi bir yanıltıcılık 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.

22)

Dosya No: 2024/5319

Şikayet Edilen: Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: www.amazon.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Godox" marklı ürünlere ilişkin reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 10.11.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, yurtdışından satın alınan ilgili ürüne ilişkin satış işlemlerinin tamamlanması aşamasında "Bu ürün adrese gönderilememektedir" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; başvuruya konu, "Bu ürün adrese gönderilememektedir" ifadeleri ile ortaya çıkan uygulamanın Amazon platformuna mal girişi yapan firmalar tarafından teslimat seçeneğinin yanlış seçilmesi sonrasında gerçekleştirildiği, reklamlarda Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti. tarafından gerçekleştirilen herhangi bir yanıltıcılık 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.

23)

Dosya No: 2024/5394

Şikayet Edilen: Mehmet YAĞCI

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.medyumemrecan.com> ve <https://www.medyumemrehoca.com> üzerinden yapılan medyum tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.08.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.medyumemrecan.com> ve <https://www.medyumemrehoca.com> adresli internet siteleri üzerinden aşk/bağlama/evlilik/papaz/geri getirme vb. büyü başlıkları altında medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitelerinde belirli bir telefon numarası ile Medyum Abdullah adlı kişiye yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.medyumemrecan.com> ve <https://www.medyumemrehoca.com> adresli internet siteleri üzerinden aşk/bağlama/evlilik/papaz/geri getirme vb. büyü başlıkları altında medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitelerinde belirli bir telefon numarası ile Medyum Abdullah adlı kişiye yönlendirme yapıldığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların Reklam Mevzuatında yer verilen "Falıcı, 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, 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 **Mehmet YAĞCI** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

24)

Dosya No: 2024/5395

Şikayet Edilen: Berk Can URUĞKÖK

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.instagram.com/rezzansultann/> adresli Instagram sosyal medya platformu üzerinden yapılan medyum tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.08.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.instagram.com/rezzansultann/> adresli internet sitesinde "kahve falı", "tarot, aşk falı", "Yıldız Name, Tarot, İlişki Açılımı, Kader Çarkı, Detaylı Tarot, Su falı", "güven bizim işimiz, fallara devam, yaşam koçu medyum", vb. nitelikli paylaşımlarla medyum ve fal tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile Medyum Rezzan adlı kişiye yönlendirme yapıldığı paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.instagram.com/rezzansultann/> adresli internet sitesinde "kahve falı", "tarot, aşk falı", "Yıldız Name, Tarot, İlişki Açılımı, Kader Çarkı, Detaylı Tarot, Su falı", "güven bizim işimiz, fallara devam, yaşam koçu medyum", vb. nitelikli paylaşımlarla medyum ve fal tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile Medyum Rezzan adlı kişiye yönlendirme yapıldığı paylaşımlarda bulunduğu tespit edilmiş olup 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 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Berk Can URUĞKÖK** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde yer aldığı tespit edilen " <https://www.instagram.com/rezzansultann/>" uzantılı elektronik iletişim adresi üzerinden yapılacak bildirimle aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde anılan içeriklerin çıkarılmaması hâlinde **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

25)

Dosya No: 2024/5393

Şikayet Edilen: Barış TUFAN

Şikayet Edilen Reklam: www.medyumfatma.com adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.08.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.medyumfatma.com adresli internet sitesi üzerinden geri getirme/Ermeni/papaz/evlilik vb. büyü başlıkları altında medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile Medyum Fatma adlı kişiye yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.medyumfatma.com adresli internet sitesi üzerinden geri getirme/Ermeni/papaz/evlilik vb. büyü başlıkları altında medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile Medyum Fatma adlı kişiye yönlendirme yapıldığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların 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 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Barış TUFAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

26)

Dosya No: 2024/5395

Şikayet Edilen: Zafer DEMİR

Şikayet Edilen Reklam: <https://turkyeninmedyumu.com> adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.08.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://turkyeninmedyumu.com> adresli internet sitesinde, hizmetlerimiz başlığı altında büyü bozma, nazar bozma, sihir bozma, aşk büyüsü, ayrılanları birleştirme, vefkler, yıldızname, tarot falı vb. başlıklar altında medyum, büyü ve fal tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://turkyeninmedyumu.com> adresli internet sitesinde, hizmetlerimiz başlığı altında büyü bozma, nazar bozma, sihir bozma, aşk büyüsü, ayrılanları birleştirme, vefkler, yıldızname, tarot falı vb. başlıklar altında medyum, büyü ve fal tanıtımlarında bulunduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile yönlendirme yapıldığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların Reklam 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 tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Zafer DEMİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

27)

Dosya No: 2024/5366

Şikayet Edilen: Elif DEMİREL

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.elifehoca.com> <https://sosyetedyum.com> ve https://www.instagram.com/medyum_elif_hoca adresli internet siteleri üzerinden yapılan medyum tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 10.10.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.elifehoca.com> <https://sosyetedyum.com> ve https://www.instagram.com/medyum_elif_hoca adresli internet sitesinde, "medyum_elif_hoca" kullanıcı adı ile "patent tescilli medyum", "aşk şifası eğitimi", "yıldızname bakan hoca", "en etkili aşk ritüeli", "akıl oynatan büyüler", "kısmet açma, evlenme duası" vb. başlıklar altında medyum, büyü ve fal tanıtımlarında bulunulduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.elifehoca.com> <https://sosyetedyum.com> ve https://www.instagram.com/medyum_elif_hoca adresli internet sitesinde, "medyum_elif_hoca" kullanıcı adı ile "patent tescilli medyum", "aşk şifası eğitimi", "yıldızname bakan hoca", "en etkili aşk ritüeli", "akıl oynatan büyüler", "kısmet açma, evlenme duası" vb. başlıklar altında medyum, büyü ve fal tanıtımlarında bulunulduğu ve söz konusu internet sitesinde belirli bir telefon numarası ile yönlendirme yapıldığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların Reklam 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 tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Elif DEMİREL** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

28)

Dosya No: 2024/5367

Şikayet Edilen: Emrullah AKTAŞ

Şikayet Edilen Reklam: https://www.instagram.com/medyum_emrullah_hoca/ adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.09.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: : https://www.instagram.com/medyum_emrullah_hoca/ adresli internet sitesinde, çeşitli büyü görüntüleri ile birlikte telefon numarası ile Medyum Emrullah Hoca adlı kişiye yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.instagram.com/medyum_emrullah_hoca/ adresli internet sitesinde, çeşitli büyü görüntüleri ile birlikte telefon numarası ile Medyum Emrullah Hoca adlı kişiye yönlendirme yapıldığı tespit edilmiş olup söz konusu tanıtımların Reklam 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 tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Emrullah AKTAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

29)

Dosya No: 2024/4055

Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret A.Ş

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait "Cepte Şok" uygulamasında satışa sunulan ve "1 ALANA 1 BEDAVA" kampanyasına dahil olan "Colgate Üçlü Etki Diş Macunu 75 ML" isimli ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 05.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "Cepte Şok" uygulamasında satışa sunulan "Colgate Üçlü Etki Diş Macunu 75 ML" isimli ürüne ilişkin "1 ALANA 1 BEDAVA" kampanyasına ait görsellerde, "*İKİNCİYİ BEDAVAYA GETİRMEYİ SEVİYORUZ*" ve "*SEPETE AYNI ÜRÜNDEN 2 ADET EKLEMİYİ UNUTMAYIN!*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Şok Marketler Ticaret A.Ş ünvanlı firmaya ait "Cepte Şok" uygulamasında satışa sunulan ve "1 ALANA 1 BEDAVA" kampanyasına dahil olan "Colgate Üçlü Etki Diş Macunu 75 ML" isimli ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda kampanya detayları kısmında, ilgili üründen sepete iki adet eklenmesi gerektiği hususun belirtildiği, sepete ilgili üründen iki adet ürün eklenmesi durumunda bir adedinin ücretsiz olarak gönderildiği firma tarafından gönderilen farklı tüketici faturalarında görüldüğü, böylece tüketicinin bilgilendirildiği 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.

30)

Dosya No: 2024/3414

Şikayet Edilen: Yeliz AYDOĞDU

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

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 13.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "https://medyumfahriye.com" adresli internet sitesinin 13.05.2024 tarihli görünümünde, " *Hayatın anlaşılmasız gidişinde karşınıza çıkan sorunların üstesinden gelemediğinizde Medyum Fahriye oradadır. Manevi çöküntülerden uzaklaşmak, istemediğiniz şeyleri yaşamamak için Medyum Fahriye yanınızdadır. Destek istiyorsanız, dertleşmek ve sorunlarınıza bir nebze olsa çözüm bulmak istiyorsanız arayın danışın! Medyum Fahriye her daim yanınızda ve size yardımcı olmak için 7/24 aramanızı bekliyor olacaktır. Yoğunluğu olsa bile yazıp bekleyin! Mutlaka size dönecek ve sorunlarınıza çözüm bulmak için yardıma yetişecektir. Her manada ondan yardım isteyin ve sorunlarınıza kesin sonuç veren çalışmalar yaptırın! Medyum Fahriye istek ve arzularınıza göre kara büyü ve ak büyü gibi konularda sizlere bu gizemli yolda rehberlik etmektedir. Büyülerde bağlama, geri getirme, aşık etme, papaz, Süryani, Sabun büyülerini profesyonel manada yapmaktadır. ETKİLİ BİR BÜYÜ YAPTIRMAK VE DERHAL SONUÇ ALMAK İSTİYORSANIZ MUTLAKA MEDYUM FAHİRİYE HOCAYI ARAYIN!"* şeklinde ifadelerle yer verildiği, böylece tüketicilerin korkularını ve batıl inançlarını istismar eden bu ifadelerin Reklam Mevzuatında yer alan "*Falçı, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "https://medyumfahriye.com" adresli internet sitesi üzerinden medyum/fal tanıtımlarında bulunulduğu, bu kapsamda tüketicilerin korkularını ve batıl inançlarını istismar eden söz konusu tanıtımların Reklam Mevzuatında yer verilen "*Falçı, 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, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Yeliz AYDOĞDU** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

31)

Dosya No: 2024/3412

Şikayet Edilen: Sedrettin YILMAZ

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

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 30.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "https://www.hoca-medyum.com" adresli internet sitesinin 30.04.2024 tarihli görünümünde, "Aşk Büyüsü, Evlilik büyü, Papaz büyü gibi zor büyülerde kesin sonuca ulaşmak için Gerçek Medyum ile iletişime geçin. AŞK BÜYÜSÜ Eşsiz Bir Medyum Ruhlara ve meleklerin varlığına, görünmez alemin yönlendirme gücüne inanırım. Benim bakış açımdan, her insanın hayatını iyileştirme gücü vardır. Tek yapmaları gereken, uygun enerjiyi kontrol altına almalarıdır. 2000 yılından beri müşterilerim için ilahi enerjiden faydalanarak psikik hizmetler veriyorum. Sizin için de aynısını yapmaktan memnuniyet duyarım. Benimle iletişime geçin ve birlikte neler yapabileceğimizi konuşalım." şeklinde ifadeler yer verildiği, böylece tüketicilerin korkularını ve batıl inançlarını istismar eden bu ifadelerin Reklam Mevzuatında yer alan "Falci, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "https://www.hoca-medyum.com" adresli internet sitesi üzerinden medyum/fal tanıtımlarında bulunulduğu, 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, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Sedrettin YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

32)

Dosya No: 2024/5273

Şikayet Edilen: Hüseyin ALTUNBAŞAK

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

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 15.11.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "https://www.zihnihoca.com/" adresli internet sitesinin 15.11.2024 tarihli görünümünde, "*Aşk Büyüsü Aşk büyüsi bir olgudur. Bir ritüellerdir. Hatta daha doğru bir ifadeyle ritüeller serisidir. Bağlama Büyüsü Değerli kardeşlerim bu yazımızda sizlere bağlama büyüsi nedir? Bağlama büyüsi yapınca ne olur? Bağlama büyüsi yaparken dikkat edilecek hususlar gibi bu özel işlem ile ilgili akla takılan sorulara cevap vermeye çalışacağız. Papaz Büyüsü Papaz büyüsi ile süryani büyüleri benzerlik gösterir. Ancak aynı değildir. Karıştırılan büyülerden bir tanesi de Hristiyan büyüleridir. Her biri aynı gibi görünse de içindeki detaylar farklılıklar gösterir. Bu konuda çok çeşitli soruları yıllardır aralıklı olarak almaktayız.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "https://www.zihnihoca.com/" adresli internet sitesi üzerinden medyum/fal tanıtımlarında bulunulduğu, bu kapsamda tüketicilerin korkularını ve batıl inançlarını istismar eden söz konusu tanıtımların Reklam Mevzuatında yer verilen "*Falçı, 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, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Hüseyin ALTUNBAŞAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi ile birlikte aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir aracın bulunmadığının tespit edilmesi nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

33)

Dosya No: 2024/5359

Şikayet Edilen: Muhammed BAYAR

Şikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen, "*Bayar Emlak'tan Kültürde Satılık Arsa*" başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan "*Bayar Emlak'tan Kültürde Satılık Arsa*" başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak "1 TL" tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde, "*Bayar Emlak*" isimli satıcı tarafından yayınlanan, "*Bayar Emlak'tan Kültürde Satılık Arsa*" başlıklı arsa reklamında, arsa satış bedelinin "*1 TL*" olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının "*1 TL*" olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olmayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar" başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, "(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıltılamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır." hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

34)

Dosya No: 2024/5357

Şikayet Edilen: İdris KOÇ

Şikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen, "Yatırımlık Ya Da Göl Manzaralı Doğal Yaşam Kur. Ek/Biç/Hobi Olsun" başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan, "Yatırımlık Ya Da Göl Manzaralı Doğal Yaşam Kur. Ek/Biç/Hobi Olsun" başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak "1 TL" tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde, "İdris Koç" isimli satıcı tarafından yayınlanan, "Yatırımlık Ya Da Göl Manzaralı Doğal Yaşam Kur. Ek/Biç/Hobi Olsun" başlıklı arsa reklamında,

arsa satış bedelinin "1 TL" olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının "1 TL" olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olmayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar" başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, "(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıltulamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır." hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

35)

Dosya No: 2024/5358

Şikayet Edilen: ERCN Gayrimenkul Emlak Danışmanlığı Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen "Edirne İskenderköy Sınırında Satılık 23 Dönüm Satılık Tarla" başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan, "Edirne İskenderköy Sınırında Satılık 23 Dönüm Satılık Tarla" başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak "1 TL" tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde "*ElitLife Beyaz Geyrimenkul*" isimli satıcı tarafından yayınlanan "*Edirne İskenderköy Sınırında Satılık 23 Dönüm Satılık Tarla*" başlıklı arsa reklamında, arsa satış bedelinin "*1 TL*" olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının "*1 TL*" olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olamayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar" başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, "*(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıtlanamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır.*" hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 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 **ERCN Gayrimenkul Emlak Danışmanlığı Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

36)

Dosya No: 2024/5356

Şikayet Edilen: Özelkent Yapı Emlak İnşaat İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen, "*Tuşba Ayanis'ta Her Bütçeye Uygun Göl Manzaralı Tarlalar*" başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan, “*Tuşba Ayanıs'ta Her Bütçeye Uygun Göl Manzaralı Tarlalar*” başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak “1 TL” tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde, “*Özelkent Emlak*” isimli satıcı tarafından yayınlanan, “*Tuşba Ayanıs'ta Her Bütçeye Uygun Göl Manzaralı Tarlalar*” başlıklı arsa reklamında, arsa satış bedelinin “1 TL” olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının “1 TL” olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olmayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar” başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, “(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıltılamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır.” hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 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 **Özelkent Yapı Emlak İnşaat İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

37)

Dosya No: 2024/5355

Şikayet Edilen: Ahmet ŞAHİNOĞLU

Şikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen, “*Özşahinoğlu Emlaktan Satılık Arsa*” başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan, “Özşahinoğlu Emlaktan Satılık Arsa” başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak “1 TL” tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde “Özşahinoğlu Gayrimenkul Emlak” isimli satıcı tarafından yayınlanan, “Özşahinoğlu Emlaktan Satılık Arsa” başlıklı arsa reklamında, arsa satış bedelinin “1 TL” olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının “1 TL” olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olamayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar” başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, “(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıltulamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır.” hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

38)

Dosya No: 2024/5354

Şikayet Edilen: Nurullah SEÇGİN

Ŗikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen, “Elazığ-Merkez Nekerek (Bağlarca) Köyünde Satılık Yatırımlık Arsa” başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan, “Elazığ-Merkez Nekerek(Bağlarca) Köyünde Satılık Yatırımlık Arsa” başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak “1 TL” tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde “Seçgin Gayrimenkul” isimli satıcı tarafından yayınlanan, “Elazığ-Merkez Nekerek(Bağlarca) Köyünde Satılık Yatırımlık Arsa” başlıklı arsa reklamında, arsa satış bedelinin “1 TL” olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının “1 TL” olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olamayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar” başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, “(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıtlanamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır.” hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

39)

Dosya No: 2024/5353

Şikayet Edilen: Kerem ARAR

Şikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen, “Şah Emlak'tan Tilmis Bölgesinde Yatırımlık Hisseli Arsalar” başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan, “Şah Emlak'tan Tilmis Bölgesinde Yatırımlık Hisseli Arsalar” başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak “1 TL” tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde “Şah Emlak” isimli satıcı tarafından yayımlanan, “Şah Emlak'tan Tilmis Bölgesinde Yatırımlık Hisseli Arsalar” başlıklı arsa reklamında, arsa satış bedelinin “1 TL” olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının “1 TL” olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olmayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar” başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, “(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıltamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır.” hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

40)

Dosya No: 2024/5352

Şikayet Edilen: Nurten ÜZEN

Şikayet Edilen Reklam: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer verilen, "*Alpagut Çakmaklar Satılık Arsa*" başlıklı arsa reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.sahibinden.com adresli internet sitesinde yer alan, "*Alpagut Çakmaklar Satılık Arsa*" başlıklı arsa reklamında, satış bedeli olarak "1 TL" tutarında fiyat bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.sahibinden.com adresli internet sitesinin 31.05.2024 tarihli görünümünde "*Yağmur Emlak*" isimli satıcı tarafından yayınlanan, "*Alpagut Çakmaklar Satılık Arsa*" başlıklı arsa reklamında, arsa satış bedelinin "*1 TL*" olarak gösterildiği, ancak bir arsanın satış fiyatının "*1 TL*" olarak belirlenmesinin hayatın olağan akışı içerisinde mümkün olamayacağından ilanda yer alan fiyat bilgisinin gerçeği yansıttığını kabul etme olanağı bulunmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklam ve tanıtımın başta Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Fiyat Bilgisi İçeren Reklamlar" başlıklı 13 üncü maddesinde yer alan, "*(1) Reklamlarda bir mal veya hizmete ilişkin fiyata veya fiyatın hesaplanma yöntemine yer verilmesi halinde, verilen fiyat bilgileri, reklamı yapılan mal veya hizmet ile ilgili olmalıdır. Fiyat hakkında eksik bilgi vermek veya anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketiciler yanıltılamaz. (2) Reklamlarda tüketicilerin bilgisine sunulan fiyat, mal veya hizmetin tüm vergiler dâhil toplam satış fiyatı olmalıdır.*" hükümleri başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

41)

Dosya No: 2024/4828

Şikayet Edilen: D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.hepsiburada.com/> adresli internet sitesinde yer verilen, "3 Ay Ertele 6 Taksitle Öde" kampanyasına yönelik reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.hepsiburada.com/> adresli internet sitesinde, "3 Ay Ertele 6 Taksitle Öde" şeklinde ifadelerle ver verilerek kampanya düzenlendiği ve bu ifadelerin altında dizüstü bilgisayar, televizyon, akıllı saat gibi ürünlere ilişkin görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu reklama ilişkin görsellerde, "Peşin Fiyatına 3 Ay Ertele 6 Taksitle Öde" ifadesinin altında dizüstü bilgisayar, televizyon, akıllı saat gibi ürünlere ilişkin görsellere yer verilmesine rağmen kampanya koşulları arasında "Cep telefonu, süpermarket, kozmetik, ofis malzemeleri, altın, televizyon, monitör ve dijital ürünler kredi kartı ile erteleme kapsamına dahil değildir." ifadelerine yer verildiğinin görüldüğü,

Reklam görselinde dizüstü bilgisayar, televizyon, akıllı saat gibi ürünler dijital ürünlerin görseline yer verilmesine rağmen kampanya koşulları arasında "...dijital ürünler kredi kartı ile erteleme kapsamına dahil değildir." ifadelerine yer verilmesinin çelişki oluşturduğu ve ana vaadin sağladığı avantajları tamamıyla ya da büyük ölçüde ortadan kaldıracak ve ana vaatle uyumsuzluk içerecek nitelikte olduğu,

Tüketicilerin kampanyaya ilişkin detaylara ulaşabilecekleri bağlantıya reklam görselinde açıkça yer verilmesi gerekirken inceleme konusu reklamlarda tüketicilerin kampanya detaylarına ulaşabilmeleri için ilk önce satın alınmak istenen ürün seçildiğinde açılan ekranda yer alan "Taksit Seçenekleri" sekmesine tıklama yapmaları ve bu işlemin ardından açılan sayfada kaydırma

yaptıktan sonra metin içinde görüntülenen "*Buradan*" yazısına tıklama yapmaları gerektiği, bu durumun tüketicilerin kampanya detaylarına ulaşmalarını güçleştirdiği 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, 18/6, 18/7 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

42)

Dosya No: 2024/5331

Şikayet Edilen: Sigortayeri Sigorta ve Reasürans Brokerliği Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.sigortayeri.com/> internet sitesinde yer verilen, "*Kasko Yaptırana 1 Depo Akaryakıt Hediye*" kampanyasına yönelik reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.sigortayeri.com/> internet sitesinde, "*Kasko Yaptırana 1 Depo Akaryakıt Hediye*" şeklinde ifadeler kullanılarak reklam ve tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.sigortayeri.com/> internet sitesinde reklam ve tanıtımı yapılan, "*Kasko Yaptırana 1 Depo Akaryakıt Hediye*" kampanyasına ilişkin koşullara ve detaylara kampanya görselinin hemen alt tarafında tüketicilerin kolaylıkla erişebileceği şekilde yer verilmesi ve kampanya katılım koşulları arasında "*1 depo hediye akaryakıt en fazla 40 litre ile sınırlıdır.*" ifadesinin açıkça yer alması sebebiyle reklam verenin üzerine düşen tüketicileri bilgilendirme yükümlülüğünün yerine getirildiği ve reklam veren tarafından gönderilen savunma cevabı yazısı ve eklerindeki bilgi ve belgelerden kampanyanın çok sayıda tüketiciye başarılı bir şekilde uygulandığı hususları birlikte değerlendirildiğinde inceleme konusu reklam ve tanıtımın tüketicileri aldatıcı 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: 2024/5332

Şikayet Edilen: Özdilek Alışveriş Merkezi ve Tekstil Sanayi Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.ozdilekteyim.com/> internet sitesinde yer verilen, "*Özdilekteyim.com Mobil Uygulamasından Yapacağınız 1000 TL ve üzeri ilk alışverişinize sepette 200 TL indirim*" kampanyasına yönelik reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.ozdilekteyim.com/> internet sitesinde, "*Özdilekteyim.com Mobil Uygulamasından Yapacağınız 1000 TL ve üzeri ilk alışverişinize sepette 200 TL indirim*" şeklinde ifadeler kullanılarak reklam ve tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren tarafından gönderilen savunma cevabı yazısı ve eklerindeki bilgi ve belgelerden kampanyanın çok sayıda tüketiciye başarılı bir şekilde uygulandığının tespit edildiği ve tüketici tarafından yapılan başvuruda reklamda ifade edilen 200 TL tutarındaki indirim uygulanmadığını gösteren bilgi ve belgeler sunulmadığı hususları birlikte değerlendirildiğinde inceleme konusu reklam ve tanıtımın tüketicileri aldatıcı 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.

44)

Dosya No: 2024/5333

Şikayet Edilen: 3A Mobilya Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.3amobilya.com/> internet sitesinde satışa sunulan "*Lawyer Premium Office Set(2008)*" ve "*Newcastle Chesterfield*" isimli ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 25.04.2024, 16.05.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "*Lawyer Premium Office Set(2008)*" isimli ürünün <https://www.3amobilya.com/> internet sitesinde, 16.05.2024 tarihinde 750.000 TL üzerinden yapılan indirimle 544.000 TL'ye, "*Newcastle Chesterfield*" isimli ürünün ise aynı internet sitesinde 25.04.2023 tarihinde 145.000 TL üzerinden yapılan indirimle 86.400 TL'ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "*Lawyer Premium Office Set(2008)*" isimli ürünün <https://www.3amobilya.com/> internet sitesinde 16.05.2024 tarihinde 750.000 TL üzerinden yapılan indirimle 544.000 TL'ye, "*Newcastle Chesterfield*" isimli ürünün ise aynı internet sitesinde 25.04.2024 tarihinde, 145.000 TL üzerinden yapılan indirimle 86.400 TL'ye satışa sunulmasına rağmen belirlenen indirim öncesi fiyatların (750.000 TL ve 86.400 TL), indirimin uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat olmadığı,

Bu nedenle bahsi geçen reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İndirimli satış reklamları" başlıklı 14 üncü maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan (3) *Bir mal veya hizmetin indirimden önceki satış fiyatının tespitinde indirimin uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat esas alınır. Meyve ve sebze gibi çabuk bozulabilen mallara ilişkin reklamlarda indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır. Bu hususlara ilişkin ispat külfeti reklam verene aittir.*" hükmü başta olmak üzere mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

Buna göre, reklam veren **3A Mobilya Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

45)

Dosya No: 2024/4279

Şikayet Edilen: Flo Mağazacılık ve Pazarlama Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.flo.com.tr> internet sitesinde, "1 Alana 1 Bedava" kampanyası kapsamında satışa sunulan "*Benetton Bn-90196-2-3374 Siyah-Kadın Spor Ayakkabı*" isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "*Benetton Bn-90196-2-3374 Siyah-Kadın Spor Ayakkabı*" isimli ürünün <https://www.flo.com.tr> internet sitesinde, "1 Alana 1 Bedava" kampanyası kapsamında 1.599,90 TL fiyatla satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin yapmış olduğu başvurunun ekinde sunulan iki adet görselin birinin <https://www.flo.com> internet sitesinden diğerinin ise <https://www.trendyol.com/> internet sitesinde alındığı, <https://www.trendyol.com/> internet sitesine ilişkin reklam görselinde satıcıya ilişkin bilgilerin tespit edilemediği, <https://www.trendyol.com/> internet sitesi ve uygulamasında çok sayıda satıcı yer alması nedeniyle fiyatların farklılık gösterebileceği, bu nedenle inceleme konusu reklam ve tanıtımın tüketicileri aldatici 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.

46)

Dosya No: 2024/5334

Şikayet Edilen: Akbank Türk Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.axess.com.tr/> internet sitesinde yer verilen, "*Trendyol'da Şimdi Taksitle Al 2 Ay Sonra Öde*" kampanyasına yönelik reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 26.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.axess.com.tr/> internet sitesinde, "*Trendyol'da Şimdi Taksitle Al 2 Ay Sonra Öde*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; reklam veren tarafından gönderilen savunma cevabı yazısı ve eklerindeki bilgi ve belgelerden kampanyanın çok sayıda tüketiciye başarılı bir şekilde uygulandığının tespit edildiği ve satın alma işleminin ödeme aşamasında taksit seçeneklerinin görüntülenemediğini gösteren bilgi ve belgeler sunulmadığı hususları birlikte değerlendirildiğinde inceleme konusu reklam ve tanıtımın tüketicileri aldatıcı 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.

47)

Dosya No: 2024/5335

Şikayet Edilen: EHM Mağazacılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: "*Tüm Ürünlerde Net %50 + %50 İndirim*" başlıklı kısa mesaj tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 21.06.2024

Yayınlandığı Mecra: Kısa Mesaj

Tespitler: Tüketicilere gönderilen kısa mesajda, "*Tüm Ürünlerde Net %50 + %50 İndirim*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; reklam verene gönderilen savunma yazısında tüketicilerin, "*Tüm Ürünlerde Net %50 + %50 İndirim*" başlıklı kampanyadan sorunsuz bir şekilde yararlandığını ispat edici nitelikte bilgi ve belgeler talep edilmesine rağmen Bakanlığa sunulan savunma cevabı yazısında bu duruma ilişkin ispatlayıcı bilgi belge sunulmadığı 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, 14/1, 14/2, ve 32/1 maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **EHM Mağazacılık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **275.012-TL (İkiyüzyetmişbeşbinoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

48)

Dosya No: 2024/5336

Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: 16 Mayıs 2024 tarihli "*Aldın Aldın*" başlıklı reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 16.05.2024

Yayınlandığı Mecra: Afiş

Tespitler: 16 Mayıs 2024 tarihli "*Aldın Aldın*" başlıklı reklam ve tanıtımlarda, muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; 16 Mayıs 2024 tarihli "*Aldın Aldın*" başlıklı reklamlar kapsamında Kocaeli Gebze Kirazpınar Mahallesi 2744. Sokak adresinde bulunan reklam verene ait mağazadan alışveriş yapılmak istendiğinde tüketiciye afişte yer alan ürünlerin hiçbirinin mağazada bulunmadığı bilgisinin verildiği iddialarının tetkiki amacıyla reklam verene gönderilen savunma yazısında, bahsi geçen mağazada reklamda yer alan tüm ürünlerin gönderildiğinin ispatlanması amacıyla sevk irsaliyeleri istenmiş olmasına rağmen reklam veren tarafından Bakanlığa sunulan cevap yazısı ve ekleri ile 16 Mayıs 2024 tarihli "*Aldın Aldın*" başlıklı reklamlarda yer alan tüm ürünlerin gönderildiğini ispatlayan sevk irsaliyeleri sunulmadığı, dolayısıyla reklam veren tarafından ispat yükümlülüğünü yerine getirmediği 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 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

49)

Dosya No: 2023/413

Şikayet Edilen: Mavi Giyim Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://www.mavi.com/> internet sitesinde yayımlanan, "*1000 TL ve üzeri alışverişlerde 200 TL indirim*" başlıklı reklam ve tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.mavi.com/> internet sitesinde, "*1.000 TL ve üzeri alışverişlerde 200 TL indirim*" şeklinde ifadelerle yer verilerek reklam ve tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.mavi.com/> internet sitesinde yayımlanan, "*1000 TL ve üzeri alışverişlerde 200 TL indirim*" kampanyasının koşulları arasında 200 TL tutarındaki indirim kuponunun bir kereye mahsus olduğu yönünde bir koşul bulunmadığı, başvuru sahibi tüketicinin iki defa 1000 TL ve üzerinde alışveriş yapmasına rağmen ilk alışverişinde kampanyadan yararlandığı, ancak ikinci alışverişinde kampanyadan yararlanamadığı, bu durumun teknik bir hatadan meydana geldiği ve müşteri temsilcisinin tüketiciye hatalı şekilde kampanyadan sadece bir defaya mahsus yararlanabileceği şeklinde yanlış bir bilgilendirme yaptığı,

Tacir sıfatına sahip reklam verenin kampanyanın sorunsuz bir şekilde yürütülebilmesi için kampanyanın tüm aşamalarında gerek teknik konularda teknik tüketicilerin doğru bir şekilde bilgilendirilmesi konusunda azami dikkat ve özeni göstermekle yükümlü olduğu, ancak kampanyanın uygulanması aşamasında hem teknik bir sorun yaşanması sebebiyle tüketicinin kampanyadan faydalanamaması hem de müşteri temsilcisinin tüketiciyi kampanyadan sadece bir defaya mahsus yararlanılabileceği şeklinde hatalı bilgilendirilmesi sebebiyle reklam verenin üzerine düşen özen yükümlülüğünü yerine getirmediği 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 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mavi Giyim 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.

50)

Dosya No: 2024/5148

Şikayet Edilen: Misyon Danışmanlık ve Bilişim San. ve Tic. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: www.misyonkredi.com, www.instagram.com/misyonkredi ve www.sikayetvar.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 11.03.2024, 12.04.2024, 02.08.2024, 09.08.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://misyonkredi.com/kurumsal/hakkimizda> adresli internet sitesinin 09.08.2024 tarihli görünümünde, “*Misyon Kredi, kredi almakta sorun yaşayan müşterilere, kredi notu analizi yaparak, kredi notuna göre doğru bankalara yönlendirme yaparak kredi almasını sağlayan bir finans danışmanlık şirkettir.*”,

<https://misyonkredi.com/blog/bankalar-kredi-vermiyor-nasil-para-bulabilirim> adresli internet sitesinin 09.08.2024 tarihli görünümünde; “*Bankalar kredi vermiyor ise, acil para bulmak için alternatif yolları değerlendirmek gerekir. Bu alternatifler arasında şunlar yer almaktadır: (...) Kredi notu düşük olanlara kredi veren şirketlerden kredi almak: Kredi notu düşük olan kişiler, bazı şirketlerden kredi alabilirler. Bu şirketlerin faiz oranları genellikle yüksek olduğundan, bu yöntemi seçerken dikkatli olmak gerekir. Misyon Kredi, kredi notu düşük olan kişilere kredi veren bir şirkettir. Misyon Kredi'den kredi almak için başvuru yapmak isteyen kişiler, web sitesi üzerinden başvuru yapabilirler. Başvurular, kısa sürede değerlendirilerek sonuçlandırılmaktadır. Misyon Kredi'den kredi almak isteyen kişiler,0212 909 8563 numaralı telefondan bilgi alabilirler. Misyon Kredi, kredi notu düşük olan kişilere acil nakit ihtiyaçlarını karşılamak için bir fırsat sunmaktadır. Misyon Kredi'den kredi almak isteyen kişilerin, başvuru yapmadan önce şirketle ilgili araştırma yapmaları ve kredi koşullarını dikkatlice incelemeleri tavsiye edilir.*”,

<https://misyonkredi.com/komisyonla-kredi> adresli internet sitesinin 09.08.2024 tarihli görünümünde, “*Farklı sebeplerle normal kredi şartlarına uymayan kişiler ise komisyonlu olarak*

verilen kredi hizmetleri için başvurur. Ancak günümüzde komisyonlu kredi imkanı sağlayan banka sayısı oldukça azdır. Bu hususta ise farklı kurumlar devreye girer. Kredi notu yeterli olmayan kişiler, bu kurumlara başvuru yapıp, belirli bir komisyon karşılığında kredi çekme hizmetinden faydalanabilir. Bu şekilde kredi değerlendirmesi için Misyon kredi uzmanları ile iletişime geçip, bu konuda daha detaylı bilgiye kolay bir şekilde ulaşabilirsiniz. (...) günümüzde genel olarak bankalar komisyonlu olan kredilerden vermeyi tercih etmez. Bu konuda ise kredi almak isteyen kişilerin bu alanda hizmet sağlayan çeşitli firmalara başvuru yapması mümkündür. Komisyonla kredi için firmalara başvuru yapıldığı zaman şirketler, başvuru sahipleri ismine bankadan kredi çeker ve belli bir komisyon tutarını kendilerine tahsis eder. Size kredi çıkıp çıkmayacağı hakkında bilgi alabilirsiniz. Firmamız yalnızca Mynot raporu çıkarma konusunda hizmet verir. (...) Komisyonlu kredi Türkiye'nin birçok yerinden hizmet alınabilecek bir alandır. Komisyonla kredi başvurusu için bu hizmeti sağlayan danışmanlık firmaları ile görüşebilirsiniz. Bunlardan biri de Misyon kredidir. Misyon kredi telefon numarasından bize ulaşarak size hangi bankaların kredi verebileceğini öğrenebilirsiniz. Firmamız Mynot raporunuzu çıkarmanız konusunda size destek olur.”,

www.sikayetvar.com/misyon-kredi-danismanlik adresli internet sitesinin 02.08.2024 tarihli görünümünde; “Misyon Kredi Danışmanlık Hizmetleri Nelerdir? (...)Misyon Kredi Danışmanlık, kredi kullanmak istediğiniz ve hatta şartlarınızın buna el vermediği durumlarda sizlere yardımcı olur. İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı yasal bir kredi danışmanlık şirketi olan Misyon Kredi Danışmanlık, komisyon usulü ile çalışmaktadır. Firma tarafından size bankalardan referans olunarak kredi kullandırımı yapmak itibarıyla komisyon alınır.”,

www.instagram.com/misyonkredi adresli internet sitesinin 11.03.2024 ve 12.04.2024 tarihli görünümünde; “Ev hanımlarına kredi#hemenkredi#acilkredi(...)Kredi notunuzu biliyor musunuz? Kredi notunuz 1200 ve üstü ise krediniz hazır.” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://misyonkredi.com/kurumsal/> hakkımızda adresli internet sitesinin 09.08.2024 tarihli görünümünde; “Misyon Kredi, kredi almakta sorun yaşayan müşterilere, kredi notu analizi yaparak, kredi notuna göre doğru bankalara yönlendirme yaparak kredi almasını sağlayan bir finans danışmanlık şirkettir.”,

<https://misyonkredi.com/blog/bankalar-kredi-vermiyor-nasil-para-bulabilirim> adresli internet sitesinin 09.08.2024 tarihli görünümünde; “(...)Misyon Kredi, kredi notu düşük olan kişilere kredi veren bir şirkettir. Misyon Kredi'den kredi almak için başvuru yapmak isteyen kişiler, web sitesi üzerinden başvuru yapabilirler. Başvurular, kısa sürede değerlendirilerek sonuçlandırılmaktadır. Misyon Kredi'den kredi almak isteyen kişiler, 0212 909 8563 numaralı telefondan bilgi alabilirler. Misyon Kredi, kredi notu düşük olan kişilere acil nakit ihtiyaçlarını karşılamak için bir fırsat sunmaktadır. Misyon Kredi'den kredi almak isteyen kişilerin, başvuru yapmadan önce şirketle ilgili araştırma yapmaları ve kredi koşullarını dikkatlice incelemeleri tavsiye edilir.”,

<https://misyonkredi.com/komisyonla-kredi> adresli internet sitesinin 09.08.2024 tarihli görünümünde; “(...)Kredi notu yeterli olmayan kişiler, bu kurumlara başvuru yapıp, belirli bir komisyon karşılığında kredi çekme hizmetinden faydalanabilir. Bu şekilde kredi değerlendirmesi için Misyon kredi uzmanları ile iletişime geçip, bu konuda daha detaylı bilgiye kolay bir şekilde ulaşabilirsiniz. (...)Bu konuda ise kredi almak isteyen kişilerin bu alanda hizmet sağlayan çeşitli firmalara başvuru yapması mümkündür. Komisyonla kredi için firmalara başvuru yapıldığı zaman şirketler, başvuru sahipleri ismine bankadan kredi çeker ve belli bir komisyon tutarını kendilerine tahsis eder. Size kredi çıkıp çıkmayacağı hakkında bilgi alabilirsiniz. (...)Komisyonla kredi başvurusu için bu hizmeti sağlayan danışmanlık firmaları ile görüşebilirsiniz. Bunlardan biri de Misyon kredidir. Misyon kredi telefon numarasından bize ulaşarak size hangi bankaların kredi verebileceğini öğrenebilirsiniz.”,

www.sikayetvar.com/misyon-kredi-danismanlik adresli internet sitesinin 02.08.2024 tarihli görünümünde; “Misyon Kredi Danışmanlık Hizmetleri Nelerdir? (...)Misyon Kredi Danışmanlık, kredi kullanmak istediğiniz ve hatta şartlarınızın buna el vermediği durumlarda sizlere yardımcı olur. (...)Misyon Kredi Danışmanlık, komisyon usulü ile çalışmaktadır. Firma tarafından size bankalardan referans olunarak kredi kullandırımı yapmak itibarıyla komisyon alınır.”,

www.instagram.com/misyonkredi adresli internet sitesinin 11.03.2024 ve 12.04.2024 tarihli görünümünde; “Ev hanımlarına kredi#hemenkredi#acilkredi(...)Kredi notunuzu biliyor musunuz? Kredi notunuz 1200 ve üstü ise krediniz hazır.” ifadelerine yer verildiği,

Böylelikle firmanın müşterilerine bankalardan kredi kullanma talepleri konusunda yol gösterici nitelikte salt danışma hizmeti vermekten ziyade söz konusu talepleri yerine getirebilecek ölçüde yetkisinin bulunduğu ve bu hususta çeşitli bankalar ile birlikte çalışıldığı izlenimi oluşturulduğu,

Söz konusu tanıtımların hedef kitlesinin emekliler, ev hanımları, işsizler gibi toplumun dezavantajlı kesimini oluşturan gruplar olduğundan, bu grupların güvenini kötüye kullanıcı, tecrübe ve bilgi eksikliğini istismar edici nitelikte olduğu,

Bu nedenle, anılan tanıtımların doğru, dürüst nitelikte olmadığı ve tüketicinin güvenini kötüye kullanıcı, tecrübe ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Diğer taraftan, Reklam Kurulunun 08.08.2023 tarihli ve 336 sayılı toplantısında, www.misyonkredi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, firma hakkında 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verildiği, ancak söz konusu ceza kararının ardından mevzuata aykırı tanıtımlara devam edildiği göz önünde bulundurularak, 6502 sayılı Kanun'un 77 nci maddesinin on ikinci fıkrasında yer alan; *"Bu Kanun'un 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklere aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. Aykırılık; ...e) Uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalı veya internet aracılığı ile gerçekleşmiş ise elli bin Türk Lirası, idari para cezası verilir. Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir."* düzenlemesi uyarınca "6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 77 nci Maddesine Göre 2024 Yılında Uygulanacak Olan İdari Para Cezalarına İlişkin Tebliğ"de yer alan belirlemeler kapsamında firma hakkında uygulanacak olan cezanın, 2024 yılı için düzenlenen idari para cezasının iki katı olarak **(550.059x2)=1.100.118-TL (Birmilyonyüzbinyüzonsekiz Türk Lirası)** uygulanmasına,

Buna göre, reklam veren **Misyon Danışmanlık ve Bilişim San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **1.100.118-TL (Birmilyonyüzbinyüzonsekiz Türk Lirası)** idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

51)

Dosya No: 2024/3363

Şikayet Edilen: Şok Marketler A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Şok Market Çanakkale Merkez Cuma Pazarı Şubesinde satışa sunulan *"Nescafe 3'ü 1 Arada Sütlü Köpüklü"* adlı ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 27.03.2024

Yayımlandığı Mecra: Diğer (Ürün Ambalajı)

Tespitler: *"Nescafe 3'ü 1 Arada Sütlü Köpüklü"* adlı ürüne ilişkin ürün ambalajında, *"Çoklu Paket Ürünüdür; TEKLİ SATILAMAZ"* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlara ilişkin olarak Bakanlığa gerekli bilgi ve belgelerin gönderilmesi suretiyle, anılan ürünlerin tekli paketler halinde

satılmadığı hususunun firma tarafından ispatlandığı, 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.

52)

Dosya No: 2024/4415

Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Trabzon ilinde bulunan "Forum Avm Boyner" mağazası tarafından gerçekleştirilen "*Pierre Cardin Çantalarında %35 İndirim*" kampanyasına ilişkin afiş tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 09.05.2024

Yayınlandığı Mecra: Diğer (Afiş)

Tespitler: Trabzon Forum Avm Boyner mağazası içinde yer alan tanıtım afişinde, "*Pierre Cardin Çantalarında %35 İndirim*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlara ilişkin olarak Bakanlığa gerekli bilgi ve belgeler gönderilmesi suretiyle, söz konusu kampanyanın "Hopi" üyeliği bulunmayan tüketiciler için de uygulandığı hususunun firma tarafından ispatlandığı, 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.

53)

Dosya No: 2024/4794

Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Boyner mobil uygulamasında "*Şanslı ürünler*" ibaresi ile satışa sunulan "*Joma Trekking Ayakkabısı*" isimli ürün tanıtımları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 27.07.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Boyner mobil uygulamasında yer alan hediye çarkı ekranında, *"Tebrikler 2.000 TL ve Üzerine %35 kazandın! Kupon kodunu kopyala, avantajlarla alışveriş keyfini katla... Çark kuponun başka bir kampanya ile birleşemez. Kuponunu 27.07.2024 tarihinde 09:00'a kadar Şanslı Ürünler badge'li ürünlerde kullanabilirsin. Tek kullanımlık kupon kodunu kopyalamayı unutma!"* şeklinde ifadeler ile *"Joma Trekking Ayakkabısı"* isimli ürünün üzerinde *"Şanslı Ürünler"* logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Boyner mobil uygulamasında yer alan hediye çarkını kullanan tüketiciye *"Tebrikler 2.000 TL ve Üzerine %35 kazandın! (...)"* ifadeleriyle indirim hakkı tanındığı, ancak anılan uygulamada *"Şanslı Ürünler"* ibaresine yer verilerek satışa sunulan *"Joma Trekking Ayakkabısı"* isimli ürünün, hediye çarkı kampanyasının geçerli olduğu *"Şanslı ürünler"* kategorisinde olmaması nedeniyle tüketicinin söz konusu indirimden yararlanamadığı, bu nedenle *"Şanslı Ürünler"* ibaresinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte 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-ç, 14/1, 14/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Boyner Büyük Mağazacılık 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: 2024/4307

Şikayet Edilen: Petrol Ofisi A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Adana İli Sarıçam ilçesinde bulunan *"Aksert Petrol İstasyonu"* nda yer alan *"Petrol Ofisi'nde Toplam 200 TL Maxipuan'ın Var"* başlıklı tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 30.06.2024

Yayınlandığı Mecra: Açık Hava İlanı

Tespitler: Adana İli Sarıçam ilçesinde faaliyet gösteren "Aksert Petrol" isimli Petrol Ofisi İstasyonu dışında bulunan açık hava reklamlarında, "*Petrol Ofisi'nde Toplam 220TL Maxipuan'ın Var*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Adana İli Sarıçam ilçesinde faaliyet gösteren "Aksert Petrol" isimli Petrol Ofisi İstasyonu dışında bulunan açık hava reklamlarında "*Petrol Ofisi'nde Toplam 200TL Maxipuan'ın Var*" ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu istasyondan 30.06.2024 tarihinde 750 TL'lik akaryakıt alışverişi yapan tüketicinin İş Bankası pos cihazlarında arıza olduğu gerekçesiyle kampanyadan yararlandırılmadığı, bu nedenle söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte 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-ç, 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 **Petrol Ofisi A.ř.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

55)

Dosya No: 2024/4981

şikayet Edilen: Evyap Sabun Yağ Gliserin San. ve Tic. A.ř.

şikayet Edilen Reklam: şirkete ait muhtelif mecralarda yer alan "Emotion" markalı deodorant ürünlerine ilişkin tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 30.07.2024, 01.08.2024, 08.08.2024

Yayınlandığı Mecra: Televizyon, İnternet

Tespitler: Muhtelif televizyon reklamlarında, <https://www.youtube.com/watch?v=qMu6xArdJ7Y> adresli internet sitesinde ve @emotionturkiye” isimli instagram hesabında, “*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*”, “*İçeriğinde alüminyum yok*”, “*...Türkiye’nin en çok satan kadın aerosol deodorantı Emotion...*” 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 gerekçeleriyle anılan reklamlara, Reklam Kurulu’nun 09.07.2024 tarih ve 347 sayılı toplantısında durdurma cezası verilmesine karar verildiği,

Bakanlığa yapılan yeni bir başvuru üzerine, şirkete ait “Emotion” markalı deodorant ürünlerine ilişkin tanıtımlar, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 63 üncü maddesi uyarınca oluşturulan Reklam Kurulu tarafından tekrar incelemeye alındığı,

Şirket tarafından idari cezaya konu reklam filminin revize edildiği ifade edilmişse de, “Emotion” markalı deodorant ürünlerine ilişkin muhtelif televizyon reklamlarında ve <https://www.youtube.com/watch?v=qMu6xArdJ7Y> adresli internet sitesinde ve @emotionturkiye” isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlarda 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 söz konusu reklam bir bütün olarak dikkate alındığında ortalama tüketici nezdinde alüminyumun zararlı bir madde olduğu algısı oluşturularak içeriğinde alüminyum bulunan ürünlerin kötülenmeye devam edildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 10 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 **2.200.258-TL (İkimilyonikiyüzbinikiyüzellisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

56)

Dosya No: 2024/3598

Şikayet Edilen: EST Eyüp Sabri Tuncer Kozmetik Sanayi A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Şirkete ait <https://www.eyupsabrituncer.com> adresli internet sitesinde ve "Eyüp Sabri Tuncer" markalı dış macunu ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 07.05.2024, 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet, Ambalaj

Tespitler: https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-ceviz-ve-ceviz-kabugu-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*33o05d*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MT adresli internet sitesinin 07.05.2024 tarihli görünümünde, "*İçeriğindeki ceviz tozunun aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır.*", "*İçerisinde bulunan ceviz ve ceviz kabuğu özünün ağız yaraları ve diş eti iltihaplarına karşı koruyucu etkisi olduğu bilinmektedir.*", "*Plak ve Tartara Karşı Üstün Beyazlık*" ifadelerine, "Eyüp Sabri Tuncer Doğal Ceviz ve Ceviz Kabuğu Özlü Dış Macunu 90 ml" isimli ürün ambalajında "*Aşındırıcı olmadığı yapılan testlerle kanıtlanmıştır.*" ifadesine,

https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-himalaya-tuzlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*guxia8*_up*MQ..*_ga*NjQ5NjI4OTc2LjE3MjYyMTA1Nzc.*_ga_327L43DYRW*MTcyNjIxMDU3Ny4xLjEuMTcyNjIxMDU3OS4wLjAuMTE5MDIwNzMI1Nw.. adresli internet sitesinin 07.05.2024 tarihli görünümünde "*İçeriğindeki Himalaya tuzunun aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır.*", "*Diş minesine zarar vermeden temizler ve dişlerinizin doğal beyazlığını korur.*" ifadelerine, "Eyüp Sabri Tuncer Doğal Himalaya Tuzlu Dış Macunu 90 ml" isimli ürün

ambalajında “Aşındırıcı olmadığı yapılan testlerle kanıtlanmıştır. ”, “Diş minesine zarar vermeden temizler ve dişlerinizin doğal beyazlığını korur.” ifadelerine,

https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-kakao-ve-kahve-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*3irht9*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MTUwNjk0 adresli internet sitesinin 07.05.2024 tarihli görünümünde “İçeriğindeki kahve tozunun aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır. ”, “İçerisinde bulunan kahvenin ve kakaonun bakterilere karşı koruyucu etkisinin bulunduğu; bakterilerin diş yüzeyine yapışmasını engelleyerek çürük oluşumunu önlediği bilinmektedir.” ifadelerine,

https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-bambu-karbonlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*ff6i1e*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MTUwNjk0MjI adresli internet sitesinin 07.05.2024 tarihli görünümünde “İçeriğinde bulunan Perlit maddesinin aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır.” ifadesine, “Eyüp Sabri Tuncer Doğal Bambu Karbonlu Diş Macunu 90 ml” isimli ürün ambalajında “Aşındırıcı olmadığı yapılan testlerle kanıtlanmıştır.” ifadesine,

https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-karadut-ozlu-2-6-yas-cocuk-dis-macunu-60-ml?_gl=1*1cfiv3c*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MT adresli internet sitesinin 07.05.2024 tarihli görünümünde “Ağız bakımında geleneksel faydalarıyla öne çıkan karadut özü ile çocuklarınızın diş ve diş etlerine etkin bir bakım sağlar ve ağız sağlığını destekler.”, “İçerisindeki açai üzümü özü ile diş etlerini rahatlatarak hassasiyeti önler.”, “Zengin kalsiyum laktat ve ksilitol kombinasyonu ile 2-6 yaş arası çocukların diş gelişimine katkıda bulunarak diş minelerini güçlendirir.” ifadelerine, “Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karadut Özlü 2-6 Yaş Çocuk Diş Macunu 60 ml” isimli ürün ambalajında “Diş hekimleri öneriyor.” ifadesine,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karanfil Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürün ambalajında “Diş hekimleri öneriyor.” ifadesine,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Misvak Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürün ambalajında “Diş hekimleri öneriyor.” ifadesine,

https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-karabas-otu-lavanta-ve-kekik-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*16p94gz*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4 adresli internet sitesinin 07.05.2024 tarihli görünümünde “İçerisinde bulunan lavantanın ağız içerisindeki küçük yaralara karşı koruyucu olduğu; kekiğin ise diş ağrılarını azalttığı ve nefesin tazelenmesine yardımcı olduğu bilinmektedir.”, “İçeriğindeki doğal karabaş otu, lavanta ve kekik özü ile diş ve diş etlerinizi onararak nazik bitkisel bakım sağlar.” ifadelerine, “Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karabaş Otu, Lavanta ve Kekik Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürün ambalajında “İçeriğindeki doğal karabaş otu, lavanta ve kekik özü ile diş ve diş etlerinizi onararak nazik bitkisel bakım sağlar.” ifadesine,

https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-aloe-vera-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*iy2yam*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MTUwNjk0MjI.* adresli internet sitesinin 07.05.2024 tarihli görünümünde “İçeriğindeki aloe vera özleri ile hassas diş etlerine yoğun bakım uygulamaya yardımcı olur.” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; “Eyüp Sabri Tuncer Doğal Ceviz ve Ceviz Kabuğu Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-ceviz-ve-ceviz-kabugu-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*33o05d*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MT adresli internet sitesinde yer alan “İçeriğindeki ceviz tozunun aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır.” ve ürün ambalajında yer alan “Aşındırıcı olmadığı yapılan testlerle kanıtlanmıştır.” ifadesinin,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Himalaya Tuzlu Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-himalaya-tuzlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*guxia8*_up*MQ..*_ga*NjQ5NjI4OTc2LjE3MjYyMTA1Nzc.*_ga_327L43DYRW*MTcyNjIxMDU3Ny4xLjEuMTcyNjIxMDU3OS4wLjAuMTE5MDIwNzZlM1Nw.. adresli internet sitesinde yer alan “İçeriğindeki Himalaya tuzunun aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır.”, ürün ambalajında yer alan “Aşındırıcı olmadığı yapılan testlerle kanıtlanmıştır.” ve ürün ambalajı ile söz konusu internet sitesinde yer alan “Diş minesine zarar vermeden temizler ve dişlerinizin doğal beyazlığını korur.” ifadesinin,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Kakao ve Kahve Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-kakao-ve-kahve-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*3irht9*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MTUwNjk0 adresli internet sitesinde yer alan “İçeriğindeki kahve tozunun aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır.” ifadesinin,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Bambu Karbonlu Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-bambu-karbonlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*ff6ile*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MTUwNjk0MjI adresli internet sitesinde yer alan “İçeriğinde bulunan Perlit maddesinin aşındırıcı özelliği olmadığı kanıtlanmıştır.” ve ürün ambalajında yer alan “Aşındırıcı olmadığı yapılan testlerle kanıtlanmıştır.” ifadesinin,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karadut Özlü 2-6 Yaş Çocuk Diş Macunu 60 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-karadut-ozlu-2-6-yas-cocuk-dis-macunu-60-ml?_gl=1*1cfiv3c*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MT adresli internet sitesinde yer alan “Ağız bakımında geleneksel faydalarıyla öne çıkan karadut özü ile çocuklarınızın diş ve diş etlerine etkin bir bakım sağlar ve ağız sağlığını destekler.” ve “İçerisindeki açai üzümü özü ile diş etlerini rahatlatarak hassasiyeti önler.” ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karanfil Özlü Diş Macunu 90 ml”, “Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karadut Özlü 2-6 Yaş Çocuk Diş Macunu 60 ml” ve “Eyüp Sabri Tuncer Doğal Misvak Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürün ambalajlarında yer alan *“Diş hekimleri öneriyor.”* ifadesine ilişkin sunulan raporun güncel verilere dayanmadığı dolayısıyla Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin “İspat külfeti” başlıklı 9. maddesi; *“4) İkinci ve üçüncü fıkralar kapsamında sunulan raporların, reklamda yer alan iddiaları reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olması esastır.”* hükmüne aykırı olduğu,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Ceviz ve Ceviz Kabuğu Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-ceviz-ve-ceviz-kabugu-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*33o05d*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MT adresli internet sitesinde yer alan *“İçerisinde bulunan ceviz ve ceviz kabuğu özünün ağız yaraları ve diş eti iltihaplarına karşı koruyucu etkisi olduğu bilinmektedir.”* ifadesine,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karabaş Otu, Lavanta ve Kekik Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-karabas-otu-lavanta-ve-kekik-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*16p94gz*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4 adresli internet sitesinde *“İçerisinde bulunan lavantanın ağız içerisindeki küçük yaralara karşı koruyucu olduğu; kekiğin ise diş ağrılarını azalttığı ve nefesin tazelenmesine yardımcı olduğu bilinmektedir.”* ifadesine,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Kakao ve Kahve Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-kakao-ve-kahve-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*3irht9*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MTUwNjk0 adresli internet sitesinde, *“İçerisinde bulunan kahvenin ve kakaonun bakterilere karşı koruyucu etkisinin bulunduğu; bakterilerin diş yüzeyine yapışmasını engelleyerek çürük oluşumunu önlediği bilinmektedir.”* ifadesine,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karadut Özlü 2-6 Yaş Çocuk Diş Macunu 60 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-karadut-ozlu-2-6-yas-cocuk-dis-macunu-60-ml?_gl=1*1cfiv3c*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MT adresli internet sitesinde, *“Zengin kalsiyum laktat ve ksilitol kombinasyonu ile 2-6 yaş arası çocukların diş gelişimine katkıda bulunarak diş minelerini güçlendirir.”* ifadesine,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Karabaş Otu, Lavanta ve Kekik Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-karabas-otu-lavanta-ve-kekik-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*16p94gz*_up*MQ..*_ga*ODUxOTMwMDY4 adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında *“İçeriğindeki doğal karabaş otu, lavanta ve kekik özü ile diş ve diş etlerinizi onararak nazik bitkisel bakım sağlar.”* ifadesine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı

nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda söz konusu tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Ceviz ve Ceviz Kabuğu Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürüne ilişkin https://www.eyupsabrituncer.com/dogal-ceviz-ve-ceviz-kabugu-ozlu-dis-macunu-90-ml?_gl=1*33o05d*_up*MQ.*_ga*ODUxOTMwMDY4LjE3MT adresli internet sitesinde “*Plak ve Tartara Karşı Üstün Beyazlık*” ifadesine yer verilmesine rağmen söz konusu ürünün hangi niteliği gereği “üstün beyazlık” sağladığına dair tüketicilerin bilgilendirilmediği,

“Eyüp Sabri Tuncer Doğal Aloe Vera Özlü Diş Macunu 90 ml” isimli ürün tanıtımlarında yer alan “*İçeriğindeki aloe vera özleri ile hassas diş etlerine yoğun bakım uygulamaya yardımcı olur.*” ifadesinde aloe veranın hangi özelliği nedeniyle söz konusu ürünü diğer diş macunlarından ayırarak “yoğun bakım” sağladığı hususun yeterince açık olmadığı 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-b, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-a, 7/8-b, 7/8-c, 7/8-ç, 9/1, 9/2, 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 **EST Eyüp Sabri Tuncer Kozmetik Sanayi 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.

57)

Dosya No: 2024/4980

Şikayet Edilen: Şok Marketler Ticaret A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Şirkete ait “ŞOK” marketlerde uygulanan “Kasada Süper İndirim” kampanyası kapsamında raf kartlarında yer alan “25 TL ve üzeri indirimlerde geçerlidir.” ifadesine ilişkin tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: Haziran 2024

Yayınlandığı Mecra: Diğer (Raf Kartı)

Tespitler: “Kasada Süper İndirim” kampanyasına ilişkin marketlerde bulunan ve kampanyanın geçerli olduğu muhtelif ürünlere ait raf kartlarında, “25 TL ve üzeri indirimlerde geçerlidir.” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait “ŞOK” marketlerde uygulanan “Kasada Süper İndirim” kampanyasına ilişkin marketlerde bulunan ve kampanyanın geçerli olduğu muhtelif ürünlere ait raf kartlarında yer alan “25 TL ve üzeri indirimlerde geçerlidir.” ifadesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nde yer alan asgari yazı puntosu büyüklüğünü sağlamadığı ve söz konusu metinlerin okunurluktan uzak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1-b, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 7/8-a, 7/8-b, 7/8-c, 7/8-ç, 18/1, 18/2, 18/4, 19/2 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 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.

58)

Dosya No: 2024/4952

Procter Gamble Tüketim Malları A.Ş. ünvanlı şirkete ait “Oral-B Pro 3DW Clinical Diş Macunu” ve “Oral-B Pro-Expert Advanced Ekstra Beyazlık Diş Macunu” isimli ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.

59)

Dosya No: 2024/5276

Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Türk Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: "Rexona Invisible Fresh-Antiperspirant" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 18.07.2024

Reklamın Yayınlandığı Mecra: Ambalaj

Tespitler: "Rexona Invisible Fresh-Antiperspirant" isimli ürün ambalajında, "*Cilde nefes aldırır.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "Rexona Invisible Fresh - Anti Perspirant" isimli ürün ambalajında; "*Cilde nefes aldırır.*" ifadelerine yer verildiği, ancak anti perspirant ürünlerinin terlemeye tamamen engel olmayan, ter üretimini azaltmaya yardımcı ürünler olduğu dikkate alındığında ürün ambalajında yer verilen "*Cilde nefes aldırır.*" ifadelerinin ürünün diğer anti perspirant ürünlerinden daha üstün olduğu algısı oluşturduğu ve tüketicileri dolaylı olarak 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-a, 7/6, 7/8-a, 7/8-b, 7/8-c, 7/8-ç, 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 **Unilever Sanayi ve Ticaret Türk Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

60)

Dosya No: 2024/5277

Şikayet Edilen: Abdullah DOĞRUYOL

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait "dogruyolsifadunyasi" ve "dogruyolperfumer" isimli instagram hesaplarında yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 01.08.2024

Reklamın Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "dogruyolsifadunyasi" isimli instagram hesabında yer alan "Hindistan Safranı" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda örnek olarak; *"Safranın içeriğinde mineral ve vitaminler yer alır. Bunlar soğuk algınlıklarında ateş düşürücü ve enerji verici etki gösterir. Akciğer hastalıklarında özellikle bronşit ve astım rahatsızlıklarında etkili olmasıyla bilinir. Solunumu da dengeler. Tansiyon ve kolesterolü düşürür. Bu sayede kalp rahatsızlıklarını engellediği ve kalbi koruduğu düşünülür. Safranın yeme isteğini azaltarak beslenme bozukluklarına iyi geldiği kanıtlanmıştır. Bu özelliği sayesinde obeziteyle savaşta kullanılır. Yapılan bilimsel çalışmalar sayesinde safranın serotonin düzeyini dengelediği tespit edilmiştir. Bu sayede safran duygusal kontrol bozukluklarını kontrol eder. Depresyon başta olmak üzere anksiyete gibi psikolojik rahatsızlıklara çözüm getirebilir. Uyku kalitesi ve motivasyon düzeyini de artıran özelliği vardır. Afrodisyak etkisi ile sinirleri uyarır. Bu sayede erkeklerde cinsel isteği ve performansı artırır."* ifadelerine, "Evliyaullahın Tercih ettiği kokuların karışımı tüm hastalıklara şifa. Sihir büyüde tesiri büyük. Anında tesir eder. Kendiniz dualar ile efendimizin kullandığı ve tavsiye ettiği bu harika esansla hem korunacak hem de harika kokusu vücudunuzu rahatlatacak. Bu kokuyu kullanana şeytan vesvese veremez. Cin musallat olamaz. Rahmet melekleri onu muhafaza eder." ifadelerine, "Beyaz Safran" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Beyaz safranın 15 hastalığa şifası. Balgam söktürücü. Ağrı kesici. Astım. Öksürük. Boğmaca öksürüğü. Göğüste ağrılı yanma hissi. Şişkinlik ve bağırsak gazı. Uykusuzluk hastalığı. Glokom. Sedef hastalığı. Arterioskleroz. Kalıtsal kellik. Erkeklerde erken boşalma ve kısırlığın önlenmesi. Musallat. Safran'ın hafıza üzerinde oldukça olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir. 2005 yılında Singapur ulusal üniversitesi araştırmacıları Safran'ın insanın hafızasını güçlendirdiğini bildirdi. Safran uyku problemlerine iyi gelir..."* ifadelerine, şahsa ait "dogruyolperfumer" isimli instagram hesabında yer alan "Design Lübnan" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *"Design Lübnan. Unutkanlıkta, baş ağrısında, epilepside, İbn-i Sina epilepsinin ve sارانın ilacı olacaksa, eğer ki o hasta şifa bulacaksa işte bu kokuda o şifayı bulur buyuruyor."* 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 tespit edilen ve yukarıda yer verilen sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, söz konusu instagram hesaplarında yer alan tanıtımlarla toplumun dini hassasiyetlerinin istismar edildiği 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-d,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 **Abdullah DOĞRUYOL** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve durdurma cezaları** verilmesine ve ayrıca aykırılığa konu internet sitesinde yer aldığı tespit edilen <https://www.instagram.com/dogruyolsifadunyasi/> ve <https://www.instagram.com/dogruyolperfumer/> uzantılı elektronik iletişim adresleri üzerinden yapılacak bildirim ile aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde anılan içeriklerin çıkarılmaması hâlinde **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

61)

Dosya No: 2024/5278

Şikayet Edilen: Sevim ALAN

Şikayet Edilen Reklam: "SA Goldensa Güneş Kremi" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 17.07.2024

Reklamın Yayınlandığı Mecra: Ambalaj

Tespitler: "SA Goldensa Güneş Kremi" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda, "*Türkiye'nin yenilebilir tek güneş kremi. SPF 75*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "SA Goldensa Güneş Kremi" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda; "*Türkiye'nin yenilebilir tek güneş kremi. SPF 75*" ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9. maddesi; "(3) Karşılaştırmalı reklamlarda yer alan ve karşılaştırmaya konu edilen iddialar, her hâlükârda üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve değerlendirme

kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler ile kanıtlanmak zorundadır.” hükümlerinde yer alan hususlara uygun şekilde kanıtlanamadığı,

Ayrıca, şahsa ait "SA Goldensa Güneş Kremi" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda, "Türkiye'nin yenilebilir tek güneş kremi." şeklinde kamu sağlığını bozucu ifadelere yer verildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sevim ALAN** 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.

62)

Dosya No: 2024/5281

Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret Türk Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: "Vaseline Gluta Hya Serum Etkili UV Losyon" isimli ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 02.08.2024

Reklamın Yayınlandığı Mecra: Ambalaj

Tespitler: "Vaseline Gluta Hya Serum Etkili UV Losyon" isimli ürün ambalajındaki tanıtımlarda, "Healthy Bright" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "Vaseline Gluta Hya Serum Etkili UV Losyon" isimli ürün ambalajındaki tanıtımlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsur rastlanmadığı,

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.

HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR

63)

Dosya No: 2024/3740

Şikayet Edilen: Fintables Bilişim Sistemleri Teknoloji A.Ş.

Şikayet Edilen Ticari Uygulama: Firmaya ait www.fintables.com adresli internet sitesinde yer alan "*Abonelik Hizmetleri*"ne ilişkin ticari uygulamalar

Ticari Uygulama Yayın/Erişim Tarihi: 20.05.2024

Yayımlandığı Mecra: Ticari Uygulama (İnternet)

Tespitler: Firmaya ait www.fintables.com adresli internet sitesinde finansal hizmetler kapsamında "*Abonelikler*" başlığı altında, "*Lite*" ve "*Pro*" olarak adlandırılan "*Aylık*" ve "*Yıllık*" abonelik hizmet paketlerine yer verildiği, "*Lite*" paketinin "~~170TL~~ 141,62/ay" fiyatıyla, "*Pro*" paketinin ise "~~340TL~~ 283,34/ay" fiyatıyla satışa sunulduğu, söz konusu paketlerin bulunduğu aynı sayfada "*Yıllık Abonelik*" kutucuğunun seçili olarak tüketicilere sunulduğu, "*Pro*" seçeneğinin mavi renkli olarak ön plana çıkarıldığı, yine "*Pro*" seçeneğinin yanında yeşil renkte ve büyük harflerle "*EN ÇOK TERCİH EDİLEN*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.fintables.com adresli internet sitesinde finansal hizmetler kapsamında, "*Abonelikler*" başlığı altında "*Lite*" ve "*Pro*" olarak adlandırılan "*Aylık*" ve "*Yıllık*" abonelik hizmet paketlerine yer verildiği, "*Lite*" paketinin "~~170TL~~ 141,62/ay" fiyatıyla, "*Pro*" paketinin ise "~~340TL~~ 283,34/ay" fiyatıyla satışa sunulduğu, söz konusu paketlerin bulunduğu aynı sayfada "*Yıllık Abonelik*" kutucuğunun önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu, ayrıca satış fiyatı yüksek olan "*Pro*" seçeneğinin tüketicilerin dikkatini çekecek şekilde mavi renkli olarak ön plana çıkarıldığı, yine "*Pro*" seçeneğinin yanında yeşil renkte ve büyük harflerle "*EN ÇOK TERCİH EDİLEN*" ifadelerine yer verilerek tüketicilerin yönlendirildiği ve seçimlerine etki edildiği iddialarına ilişkin firma tarafından hizmetlerin yöneldiği tüketici kitlesinin üniversite mezunu, yüksek satın alma gücüne sahip, finansal okur yazarlığı yüksek vb. özelliklere sahip yatırımcılardan oluştuğu, mavi ve yeşil renklerin şirket logosuyla uyumlu olması nedeniyle tercih edildiği, "*EN ÇOK TERCİH EDİLEN*" ifadesinin de "*Pro*" seçeneğinin açık ara en çok tercih edilen seçenek olması nedeniyle kullanıldığının ifade edildiği, firma tarafından incelemeye yönelik sunulan bilgi ve belgeler kapsamında her ne kadar

"EN ÇOK TERCİH EDİLEN" ifadesinin kullanımına ilişkin aykırılık tespit edilmese de "Yıllık Abonelik" kutucuğunun önceden seçili olarak tüketicilere sunulması ve satış fiyatı yüksek olan "Pro" seçeneğinin tüketicilerin dikkatini çekecek şekilde mavi renkli olarak ön plana çıkarılması hususlarının tüketicileri yönlendirici ve seçimlerine etki edici nitelikte olduğu, dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" Eki A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar" maddesinin 22. bendinde yer alan "İnternet ortamında bir mal veya hizmete ilişkin yönlendirici ara yüz tasarımları, seçenekler ya da ifadeler gibi araçlarla tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkileyen ya da normal şartlar altında vereceği kararda satıcı veya sağlayıcı lehine değişikliklere yol açmayı hedefleyen yöntemler kullanmak." şeklindeki hükümlerine aykırılık teşkil ettiği, bu nedenle 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 ticari uygulamaların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4 ve 32/1 inci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Fintables Bilişim Sistemleri Teknoloji A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

64)

Dosya No: 2024/5157

Şikayet Edilen: Lifecell Müzik Yayın ve İletim A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam/TU: Fizy adıyla hizmet vermekte olan Lifecell Müzik Yayın ve İletim A.Ş.'ye ait <https://fizy.com/#uyeligibaslat> adresli internet adresinde, "İlk ay ücretsiz" olarak sunulan abonelik tekliflerinden yararlanmak için "Üyeliği Başlat" butonuna tıklanıldığında hesap oluşturarak kredi kartı veya banka kartı bilgilerinin eklenmesinin zorunlu tutulmasına yönelik tanıtım ve ticari uygulamalar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 02.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda/ticari uygulamada, 01.09.2023 – 01.05.2024 tarihleri arasında “İlk ay ücretsiz” seçeneğini kullanarak hem internet sitesinden hem de Apple Store ve Google Play üzerinden “Fizy” isimli uygulamayı kullanarak abonelik işlemini gerçekleştiren ve bu işlemten itibaren 35 gün içerisinde iptal talebinde bulunan tüketici listesinin sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Fizy hizmetine ilişkin <https://fizy.com/#uyeligibaslat> adresli internet adresinde, “İlk ay ücretsiz” olarak sunulan abonelik tekliflerinden yararlanmak için “Üyeliği Başlat” butonuna tıklanıldığında hesap oluşturarak kredi kartı veya banka kartı bilgilerinin eklenmesinin gerektiği, söz konusu aboneliklere ilişkin internet sayfasında yer alan “Paketlerden herhangi birine üye olduktan sonra ilk ay ücretsiz kampanyasından yararlanabilirsiniz, kampanya sonrasında seçtiğiniz üyeliğin standart ücretleri üzerinden üyeliğiniz devam eder. İlk ay ücretsiz kampanyasından sadece bir kere faydalanabilirsiniz.” bilgilendirmesinde bulunulduğu, “İlk ay ücretsiz” ibareleriyle sunulan kampanya kapsamında ortalama tüketiciler tarafından söz konusu kampanyadan yararlanmak suretiyle esasen bir abonelik sürecinin başlatılacağı ve bu sürecin yalnızca ilk ayına özel olarak herhangi bir ücret tahsil edilmeyeceğinin anlaşılabilceği, benzer platformlarda yer alan benzer uygulamalarda görülen “*ücretsiz deneme*” vb. neviden ifadelerinin aksine bahse konu tanıtım ve ticari uygulamalarda “deneme” ifadesine yer verilmeksizin ortalama tüketicinin kampanyanın esaslarını doğru bir şekilde algılayabilmesine imkan tanındığı ve aldatıcı ve yanıltıcı ibareler kullanılmadığı, bu süreçte söz konusu abonelik sözleşmesi kurulmadan tüketiciye sözleşmeye dair gerekli ve doğru bilgilerin iletildiğinin ortaya konabilmesi halinde artık haksız bir ticari uygulamadan ve yanıltıcılık unsurundan bahsedilemeyeceği değerlendirilmiş olup,

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

65)

Dosya No: 2024/5156

Şikayet Edilen: Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam/TU: Amazon Turkey Perakende Hizmetleri Ltd. Şti.’ye ait <https://www.amazon.com.tr/prime> adresli internet adresinde, “30 gün ücretsiz deneme süresinden sonra Amazon Prime aylık sadece £39,00. İstedikzin zaman iptal edebilirsiniz.” içeriği ile yayınlanan

tekliften yararlanmak amacıyla “30 Günlük Ücretsiz Denemeni Başlat” başlıklı butona tıklanıldığında hesap oluşturarak kredi veya banka kartı bilgilerinin eklenmesinin zorunlu tutulmasına yönelik tanıtım ve ticari uygulamalar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 29.01.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda/ticari uygulamada, 01.09.2023 – 01.05.2024, tarihleri arasında “30 Günlük Ücretsiz Denemeni Başlat” seçeneğini kullanarak Amazon Prime aboneliği olan ve ücretsiz deneme süresi içerisinde Amazon Prime üyeliğini iptal eden müşteri listesi ile deneme sürelerinin bitiminden kısa bir süre sonra, ücretsiz iptal süresini unuttuğu veyahut kaçırdığını belirterek iptal ve iade talebinde bulunan müşteri listesinin sunulduğu, söz konusu müşterilere aboneliklerini sonlandırdıkları aynı gün içerisinde ücret iadesi yapıldığı, bu yönde bir bildirim almayı istemeleri halinde müşterilere ücretsiz deneme süresinin bitmesine 3 gün kala gönderilen hatırlatma bildiriminde, “*Merhaba, 30 günlük ücretsiz Amazon Prime üyeliğinizin yakında sona ereceğini hatırlatmak isteriz. ... tarihinde, Amazon Prime için sizden 39,00 TL tahsil edilecektir. Amazon Prime üyeliğiniz bedava ve hızlı kargo, Prime Video, Amazon Prime üyelerine özel fırsatlar ve Prime Gaming ayrıcalıklarını kapsamaktadır. Amazon Prime üyeliğinize devam etmek istemiyorsanız, lütfen ‘Prime Üyeliğim’ sayfasını ziyaret edin. Amazon Prime üyesi olduğunuz için teşekkür ederiz.*” ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait <https://www.amazon.com.tr/prime> internet adresinde yer alan “30 gün ÜCRETSİZ deneme süresinden sonra Amazon Prime aylık sadece ₺39,00. İstedikçe zaman iptal edebilirsiniz.” içerikli tekliften yararlanmak için “30 Günlük Ücretsiz Denemeni Başlat” butonuna tıklanıldığında ücretsiz deneme teklifinden yararlanmak için öncelikle “Kullanım ve Satış Koşulları”nın kabul edilerek Amazon hesabı oluşturma aşamasının tamamlanması gerektiği, bu şartlar altında platforma kaydolunarak hesap oluşturulmasına rağmen ücretsiz denemenin yine de başlatılmadığı, yönlendirilen sayfada yalnızca “Kredi kartı veya banka kartı ekleyin” ve “Hayır, teşekkürler. Amazon Prime’a şimdi üye olmak istemiyorum.” şeklinde iki seçenek sunulmak suretiyle bir ödeme aracı bilgisi eklenmesinin zorunlu tutulduğu, ne var ki “30 günlük ücretsiz deneme” ibareleri ile başlı başına “deneme” kavramının ortalama tüketici nezdinde uygulamada yapıldığı gibi yeni bir abonelik sürecinin başlatılmasını değil yalnızca belirli bir süre “deneme” konusu hizmetten herhangi bir ücret ödemeksizin veya ödeme bilgisi gerekmeksizin faydalanma beklentisini doğurduğu, zira o aşamada zaten tüketicinin henüz abonelik sözleşmesine taraf olup olmama konusunda net bir fikri bulunmadığından kendisine sunulan ücretsiz deneme süresi teklifi ile hizmeti tecrübe ederek sonrasında abone olup olmamaya karar verebileceği, bu anlamda deneme süresinde hizmetten memnun kalınmadığında sürenin bitiminde ayrıca başkaca bir işlem yapmaya gerek olmaksızın hizmetin kendiliğinden son bulması gerektiği, ancak abone olunarak hizmetten yararlanmaya devam etmenin tercih edilmesi halinde ilgili mevzuat uyarınca gerekli

bilgilendirmelerin yapılarak ödeme bilgilerinin talep edilebileceği dikkate alındığında mevcut uygulamada tekliften yararlanmak isteyen tüketicilerden zorunlu olarak kredi kartı veya banka kartı bilgileri alınmak suretiyle belirli periyotlarla otomatik olarak yenilenecek bir aboneliğin başlatıldığı, "ücretsiz deneme" kavramının ortalama tüketicide yarattığı beklentinin karşılanmadığı ve yanıltıcılık içerdiği, tüketicilerin belirli bir işleve erişmek için bir şey yapmaya zorlanması suretiyle karar verme veya seçim yapma iradelerini olumsuz etkileyen karanlık ticari tasarım kullanıldığı, bu itibarla, anılan reklam ve uygulamanın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu, tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde 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 tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-h, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-c, 29/2-ç, 30/1 ve 30/2 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

66)

Dosya No: 2024/5158

Şikayet Edilen: MUBI Dijital Hizmetler Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam/TU: MUBI Dijital Hizmetler A.Ş.'ye ait <https://mubi.com/tr/tr> adresli internet adresinde, "7 Gün Ücretsiz Dene" teklifinden yararlanmak için elektronik posta adresi girilerek "Başla" butonuna tıklanıldığında kayıt olunmasının ardından "Deneme süren sona erdiğinde hangi planı tercih edersin? Aylık ₺129 ve Yıllık ₺99 (₺1.188 ile bir ödemede faturalandırılır)" şeklinde ekrana gelen abonelik türlerinden "Aylık" aboneliğin önceden seçili olarak tüketicilere sunulmasına ve devamında 7 günlük ücretsiz denemeden yararlanabilmek için

kredi kartı veya banka kartı bilgilerinin eklenmesinin zorunlu tutulmasına yönelik tanıtım ve ticari uygulamalar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 29.01.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda/ticari uygulamada, 01.09.2023 – 01.05.2024 tarihleri arasında “7 gün ücretsiz dene” seçeneğini kullanarak üye olan ve bu tarihlerde ücretsiz iptal süresini unuttuğu veya kaçırdığı gerekçesiyle MUBI’ye başvuran tüketici listesinin sunulduğu, bu tüketicilerden deneme süresinden sonra uygulamaya giriş yapmayan kullanıcılara talep halinde çekilen üyelik bedellerinin geri ödendiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait <https://mubi.com/tr/tr> internet adresinde yer alan “7 Gün Ücretsiz Dene” içerikli tekliften yararlanmak için “Başla” butonuna tıklanıldığında ücretsiz deneme teklifinden yararlanmak için öncelikle “Gizlilik Politikası ve Kişisel Veri Aktarımına İlişkin Onay Bildirimi” metinlerinin onaylanarak MUBI hesabı oluşturma aşamasının tamamlanması gerektiği, bu şartlar altında platforma kaydolunarak hesap oluşturulmasına rağmen ücretsiz denemenin yine de başlatılmadığı, yönlendirilen sayfada “Planınızı Seçin” başlıklı aşamaya geçildiği ve “Deneme süren sona erdiğinde, hangi planı tercih edersin?” sorusuna cevaben tercih edilmek üzere “Aylık ₺129 her ay” ve “Yıllık ₺99 her ay ₺1.188 ile bir ödemede faturalandırılır” olarak sunulan iki seçenekten aylık olan planın ekrana önceden seçili bir biçimde getirilerek tüketicilerin tercihlerinin yönlendirildiği, akabinde 7 günlük ücretsiz denemeden yararlanmak için “Lütfen ödeme bilgilerinizi gir.” ibaresiyle yönlendirilen ekranda kredi kartı bilgilerinin eklenmesinin zorunlu tutulduğu, aksi takdirde söz konusu ücretsiz denemeden yararlanılmadığı, ne var ki “7 Gün Ücretsiz Dene” ibareleri ile başlı başına “deneme” kavramının ortalama tüketici nezdinde uygulamada yapıldığı gibi yeni bir abonelik sürecinin başlatılmasını değil yalnızca belirli bir süre “deneme” konusu hizmetten herhangi bir ücret ödemeksizin veya ödeme bilgisi gerekmeksizin faydalanma beklentisini doğurduğu, zira o aşamada zaten tüketicinin henüz abonelik sözleşmesine taraf olup olmama konusunda net bir fikri bulunmadığından kendisine sunulan ücretsiz deneme süresi teklifi ile hizmeti tecrübe ederek sonrasında abone olup olmamaya karar verebileceği, bu anlamda deneme süresinde hizmetten memnun kalınmadığında sürenin bitiminde ayrıca başkaca bir işlem yapmaya gerek olmaksızın hizmetin kendiliğinden son bulması gerektiği, ancak abone olunarak hizmetten yararlanmaya devam etmenin tercih edilmesi halinde ilgili mevzuat uyarınca gerekli bilgilendirmelerin yapılarak ödeme bilgilerinin talep edilebileceği dikkate alındığında mevcut uygulamada tekliften yararlanmak isteyen tüketicilerden zorunlu olarak kredi kartı veya banka kartı bilgileri alınmak suretiyle belirli periyotlarla otomatik olarak yenilenecek bir aboneliğin başlatıldığı, “ücretsiz deneme” kavramının ortalama tüketicide yarattığı beklentinin karşılanmadığı ve yanıltıcılık içerdiği, tüketiciye seçeneklerin önceden seçili olarak sunulduğu ve belirli bir işleve erişmek için bir şey yapmaya zorlanması suretiyle karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkileyen karanlık ticari tasarım kullanıldığı, bu itibarla,

anılan reklamın ve şirket uygulamasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu, tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde 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 tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-h, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-c, 29/2-ç, 30/1 ve 30/2 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **MUBİ Dijital Hizmetler Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

67)

Dosya No: 2024/5159

Şikayet Edilen: Spotify Dijital Yayıncılık Hizmetleri A.Ş

Şikayet Edilen Reklam/TU: Spotify Dijital Yayıncılık Hizmetleri A.Ş'ye ait <https://www.spotify.com/tr-tr/premium/> isimli internet adresinde “1 ay ücretsiz dene” olarak sunulan abonelik teklifinden yararlanmak için kredi veya banka kartı bilgilerinin eklenmesinin zorunlu tutulmasına ve aboneliğin iptal edilerek hesap ile verilerin silinmesi işlemlerinin abonelik başlatma sürecine kıyasla daha zor ve uzun olmasına yönelik tanıtım ve ticari uygulamalar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 30.01.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda/ticari uygulamada, 01.09.2023 – 01.05.2024 tarihleri arasında “1 aylık ücretsiz deneme” seçeneğinden yararlanarak abone olan ve 1 aylık süre içerisinde aboneliklerini iptal eden tüketici listesi ile deneme süresi dolduktan sonraki 30 gün içerisinde çeşitli

sebeplerle iptal talebinde bulunan tüketici listesinin sunulduğu, söz konusu tüketicilere ücret iadelerinin yapıldığı, ödemenin gerçekleşmesinden 7 gün önce yapılan hatırlatma bildiriminde, “*Premium Bireysel’den keyif aldığınızı umuyoruz. Premium deneme süreniz sona eriyor ve aylık ödemeleriniz yakında başlayacak. Ödeme tarihinde ve sonraki her ay, siz iptal edene kadar, abonelik ücreti otomatik olarak sizden tahsil edilecektir. Premium denemeniz sona eriyor ve ilk aylık ödemenizi X tarihinde alacağız. Bu ödeme tarihinde ve sonraki her ay, siz iptal edene kadar, otomatik olarak aylık X TL ücretlendirileceksiniz. Herhangi bir ayrıntıyı kontrol etmek veya iptal etmek de dahil olmak üzere aboneliğinizde değişiklik yapmak isterseniz, hesap sayfanızda oturum açın veya sorularınız varsa müşteri desteğini ziyaret edin.*” ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait <https://www.spotify.com/tr-tr/premium/> internet adresinde yer alan "*Premium Bireysel avantajlarını 1 ay boyunca ücretsiz dene.*" içerikli tekliften yararlanmak için "*1 ay ücretsiz dene*" butonuna tıklandığında, ücretsiz deneme teklifinden yararlanmak için öncelikle "*Kullanım Hüküm ve Koşulları*"nın kabul edilerek Spotify hesabı oluşturma aşamasının tamamlanması gerektiği, bu şartlar altında platforma kaydolunarak hesap oluşturulmasına rağmen ücretsiz denemenin yine de başlatılmadığı, ardından yönlendirilen "*Ödeme Ayrıntıları*" başlıklı sayfada kredi kartı veya banka kartı bilgileri olmak üzere bir ödeme aracı bilgisi eklenmesinin zorunlu tutulduğu, aksi takdirde ücretsiz deneme teklifinden yararlanılamadığı, "*Hesabın kapatılması ve verilerin silinmesi*" aşaması kapsamında ise ilgili internet sitesinde hesap silmek için gidilmesi gereken ekranın hesap oluşturmak için izlenmesi gereken aşamalara göre daha karmaşık seyrettiği ve hesabın kapatılarak verilerin silinmesi için gereken onayın mükerrer olarak talep edildiği, şirket tarafından açıkça belirtildiği üzere ücretsiz deneme sürümünün Spotify’ya abone olmayı değerlendiren tüketicilere ücretsiz hizmet sunmayı amaçlamadığı, tüketicilerin yararlanabileceği ücretsiz bir ürün olarak değerlendirilmemesi gerektiği, ücretsiz denemeye kaydolmanın abonelik sözleşmesi sürecinin bir parçası olduğu ve ücretsiz denemenin ayrı ve bağımsız bir deneyim olmadığı hususları dikkate alındığında "*1 ay boyunca ücretsiz dene.*" ibareleri ile başlı başına "deneme" kavramının ortalama tüketici nezdinde uygulamada yapıldığı gibi yeni bir abonelik sürecinin başlatılmasını değil yalnızca belirli bir süre "deneme" konusu hizmetten herhangi bir ücret ödemeksizin veya ödeme bilgisi gerekmeksizin faydalanma beklentisini doğurduğu, zira o aşamada zaten tüketicinin henüz abonelik sözleşmesine taraf olup olmama konusunda net bir fikri bulunmadığından kendisine sunulan ücretsiz deneme süresi teklifi ile hizmeti tecrübe ederek sonrasında abone olup olmamaya karar verebileceği, bu anlamda deneme süresinde hizmetten memnun kalınmadığında sürenin bitiminde ayrıca başkaca bir işlem yapmaya gerek olmaksızın hizmetin kendiliğinden son bulması gerektiği, ancak abone olunarak hizmetten yararlanmaya devam etmenin tercih edilmesi halinde ilgili mevzuat uyarınca gerekli bilgilendirmelerin yapılarak ödeme bilgilerinin talep edilebileceği dikkate alındığında mevcut uygulamada tekliften yararlanmak isteyen tüketicilerden zorunlu olarak kredi kartı veya banka kartı bilgileri alınmak suretiyle belirli periyotlarla otomatik olarak yenilenecek bir aboneliğin başlatıldığı, "ücretsiz deneme" kavramının ortalama tüketicide yarattığı beklentinin karşılanmadığı ve yanıltıcılık içerdiği, tüketicilerin belirli bir işleve erişmek için bir şey yapmaya

zorlanması suretiyle karar verme veya seçim yapma iradelerini olumsuz etkileyen ve kullanıcının bir duruma kolayca girdiği, ancak daha sonra ilgili durumdan aynı kolaylık seviyesiyle çıkamadığı bir süreci ifade eden karanlık ticari tasarım kullanıldığı, bu itibarla, anılan şirket uygulamasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği 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 gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-h, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-c, 29/2-ç, 30/1 ve 30/2 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Spotify Dijital Yayıncılık Hizmetleri A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

68)

Dosya No: 2024/5160

Şikayet Edilen: Storytel Turkey Yayıncılık Hizmetleri A.Ş

Şikayet Edilen Reklam/TU: Storytel Turkey Yayıncılık Hizmetleri A.Ş'ye ait <https://www.storytel.com/tr> adresli internet adresinde, "*Light*", "*Sınırsız*" ve "*Aile*" başlıkları ile sunulan abonelik türlerinden "*Sınırsız*" başlıklı abonelik türünün "*En popüler seçim*" ibaresi ile öne çıkarılarak "*Aylık £99.99*" olan abonelik teklifinin önceden seçili olarak sunulması ve "*7 gün ücretsiz dene*" olarak sunulan abonelik tekliflerinden yararlanmak için kredi veya banka kartı bilgilerinin eklenmesinin zorunlu tutulmasına yönelik tanıtım ve ticari uygulamalar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 29.01.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda/ticari uygulamada, 01.09.2023 - 01.05.2024 tarihleri arasında abone olan ve 7 günlük deneme süresi içerisinde aboneliklerini iptal eden tüketici listesi ile söz konusu dönemde aboneliklerini herhangi bir gerekçeyle iptal eden tüketici listesinin sunulduğu ve söz konusu tüketicilerin ücret iadesi aldıkları tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait <https://www.storytel.com/tr> internet adresinde yer alan "Light", "Sınırsız" ve "Aile" başlıklı abonelik türlerinden "Sınırsız" abonelik türünün herhangi bir veri yahut açıklamaya yer verilmeksizin "En popüler seçim" ibareleriyle ön plana çıkarıldığı, yine aynı abonelik türü kapsamında "Aylık" ve "Yıllık" ödeme planı seçeneklerinden "Aylık" ödemenin ekrana önceden seçili bir şekilde getirilerek tüketicilerin tercihlerinin yönlendirildiği, "7 gün ücretsiz dene" teklifinden yararlanmak için ise ilgili butona tıklandığında öncelikle "Şartlar ve Koşullar"ın kabul edilerek Storytel hesabı oluşturma aşamasının tamamlanması gerektiği, bu şartlar altında platforma kaydolunarak hesap oluşturulmasına rağmen ücretsiz denemenin yine de başlatılmadığı, ardından yönlendirilen "Ödeme" başlıklı sayfada kredi kartı veya banka kartı bilgileri olmak üzere bir ödeme aracı bilgisi eklenmesinin zorunlu tutulduğu, aksi takdirde ücretsiz deneme teklifinden yararlanılmadığı, ne var ki "Sınırsız" abonelik türünün üzerinde "En popüler seçim" ibaresine yer verilirken buna ilişkin hangi kriterlerin esas alındığına dair bir bilgiye yer verilmediği, bu durumun "En popüler seçim" ifadesi ile kastedilenin ne olduğu konusunda anlam karışıklığına yol açabileceği, bu nedenle belirli abonelik paketlerine yönelik olarak seçeneği öne çıkarıcı "En popüler seçim" gibi ifadelerle vurgu yapıldığı takdirde bu ifade ile kastedilenin ne olduğu konusunda (belirli bir dönem aralığında satın alma sayısı vb.) tüketicilerin açık ve net bir şekilde bilgilendirilmeleri gerektiği, "7 gün ücretsiz dene" ibarelerinde ise başlı başına "deneme" kavramının ortalama tüketici nezdinde uygulamada yapıldığı gibi yeni bir abonelik sürecinin başlatılmasını değil yalnızca belirli bir süre "deneme" konusu hizmetten herhangi bir ücret ödemeksizin veya ödeme bilgisi gerekmeksizin faydalanma beklentisini doğurduğu, zira o aşamada zaten tüketicinin henüz abonelik sözleşmesine taraf olup olmama konusunda net bir fikri bulunmadığından kendisine sunulan ücretsiz deneme süresi teklifi ile hizmeti tecrübe ederek sonrasında abone olup olmamaya karar verebileceği, bu anlamda deneme süresinde hizmetten memnun kalınmadığında sürenin bitiminde ayrıca başkaca bir işlem yapmaya gerek olmaksızın hizmetin kendiliğinden son bulması gerektiği, ancak abone olunarak hizmetten yararlanmaya devam etmenin tercih edilmesi halinde ilgili mevzuat uyarınca gerekli bilgilendirmelerin yapılarak ödeme bilgilerinin talep edilebileceği dikkate alındığında mevcut uygulamada tekliften yararlanmak isteyen tüketicilerden zorunlu olarak kredi kartı veya banka kartı bilgileri alınmak suretiyle belirli periyotlarla otomatik olarak yenilenecek bir aboneliğin başlatıldığı, "ücretsiz deneme" kavramının ortalama tüketicide yarattığı beklentinin karşılanmadığı ve yanıltıcılık içerdiği, tüketiciye bazı seçeneklerin önceden seçili olarak sunulduğu ve belirli bir işleve erişmek için bir şey yapmaya zorlanması suretiyle karar verme veya seçim yapma iradelerini olumsuz etkileyen karanlık ticari tasarım kullanıldığı, bu itibarla, anılan şirket uygulamasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği 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 gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-h, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-c, 29/2-ç, 30/1 ve 30/2 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Storytel Turkey Yayıncılık Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

69)

Dosya No: 2024/5161

Şikayet Edilen: Google Reklamcılık ve Pazarlama Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam/TU: YouTube hizmetine ait <https://www.youtube.com/premium> isimli internet adresinde sunulan “Bireysel”, “Aile” ve “Öğrenci” başlıklı abonelik tekliflerinden “Bireysel” aboneliğin önceden seçili olarak sunulması ile “1 ay boyunca 0 ödeyerek deneyin” teklifiyle sunulan aboneliklerden yararlanmak için kredi veya banka kartı bilgilerinin eklenmesinin zorunlu tutulması ile Youtube mobil uygulaması üzerinden Youtube Premium'a ilişkin “1 ay boyunca ücretsiz deneyin” seçeneği karşısında tekliften yararlanmak istemeyen tüketiciler için sunulan seçeneğin aynı yerde ve aynı görünümde olmaksızın yalnızca ekranın sağ üst köşesinde X-çarpı işaretine yer verilmesine yönelik tanıtım ve ticari uygulamalar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 29.01.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda/ticari uygulamada, <https://www.youtube.com/premium> internet adresinde Youtube Premium aboneliğine ilişkin 1 aylık deneme süresi hakkında “Deneme süreniz sona ermeden 7 gün önce size hatırlatma yapacağız. Yinelenen faturalandırma.” ibarelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait <https://www.youtube.com/premium> internet adresinde yer alan Youtube Premium aboneliğine ilişkin "Bireysel", "Aile" ve "Öğrenci" başlıklı abonelik türlerinden "Bireysel" abonelik türünün ekrana önceden seçili bir şekilde getirilerek tüketicilerin tercihlerinin yönlendirildiği, akabinde tekliften yararlanmak için "1 aylık ücretsiz deneme süresi" butonuna tıklanıldığında yönlendirilen "Satın alma işlemi tamamlayın" başlıklı sayfada kredi kartı veya banka kartı olmak üzere bir ödeme aracı bilgisi eklenmesinin zorunlu tutulduğu ve aksi takdirde söz konusu ücretsiz denemeden yararlanılmadığı, ek olarak mobil uygulama üzerinden Youtube Premium aboneliğine ilişkin "1 ay boyunca ücretsiz deneyin" seçeneği karşısında tekliften yararlanmak istemeyen tüketiciler için aynı yerde ve görünümde olmaksızın yalnızca sağ üst köşede çarpı işaretine yer verildiği, ne var ki "1 aylık ücretsiz deneme süresi" ibareleri ile başlı başına "deneme" kavramının ortalama tüketici nezdinde uygulamada yapıldığı gibi yeni bir abonelik sürecinin başlatılmasını değil yalnızca belirli bir süre "deneme" konusu hizmetten herhangi bir ücret ödemeksizin veya ödeme bilgisi gerekmeksizin faydalanma beklentisini doğurduğu, zira o aşamada zaten tüketicinin henüz abonelik sözleşmesine taraf olup olmama konusunda net bir fikri bulunmadığından kendisine sunulan ücretsiz deneme süresi teklifi ile hizmeti tecrübe ederek sonrasında abone olup olmamaya karar verebileceği, bu anlamda deneme süresinde hizmetten memnun kalınmadığında sürenin bitiminde ayrıca başkaca bir işlem yapmaya gerek olmaksızın hizmetin kendiliğinden son bulması gerektiği, ancak abone olunarak hizmetten yararlanmaya devam etmenin tercih edilmesi halinde ilgili mevzuat uyarınca gerekli bilgilendirmelerin yapılarak ödeme bilgilerinin talep edilebileceği dikkate alındığında mevcut uygulamada tekliften yararlanmak isteyen tüketicilerden zorunlu olarak kredi kartı veya banka kartı bilgileri alınmak suretiyle belirli periyotlarla otomatik olarak yenilenecek bir aboneliğin başlatıldığı, "ücretsiz deneme" kavramının ortalama tüketicide yarattığı beklentinin karşılanmadığı ve yanıltıcılık içerdiği, tüketiciye seçeneklerin önceden seçili olarak sunulduğu, mobil uygulama üzerinden Youtube Premium aboneliğine ilişkin "1 ay boyunca ücretsiz deneyin" seçeneği karşısında tekliften yararlanmak istemeyen tüketicilere sunulan seçeneğin sadece aynı yerde ve aynı görünümde olmaksızın ekranın sağ üst köşesinde yer alan X-çarpı işaretinden ibaret olduğu, iki seçeneğin aynı koşullarda tüketicilere sunulmadığı ve ortalama bir tüketicinin tekliften yararlanmama imkanının bu haliyle zorlaştırıldığı ve belirli bir işleve erişmek için bir şey yapmaya zorlanması suretiyle karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkileyen karanlık ticari tasarım kullanıldığı, bu itibarla, anılan reklamın ve şirket uygulamasının tüketicileri aldatici ve yanıltıcı olduğu, bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu, tüketicinin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açtığı gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde 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 tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-h, 9/1, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2-a, 29/2-b, 29/2-c, 29/2-ç, 30/1 ve 30/2 nci maddeleri ile Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar Eki'nde yer alan A-Aldatıcı Ticari Uygulamalar 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

70)

Dosya No: 2024/5323

Şikayet Edilen: Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Ticari Uygulama: <https://www.todtv.com.tr/> internet sitesinde "*Süper Dolu Paketi*" ve "*Sezonluk Süper Lig*" ve "*Sezonluk Taraftar Paketleri*" abonelik paketlerine yönelik yapılan ticari uygulamalar

Ticari Uygulama Yayın/Erişim Tarihi: 31.01.2024

Yayınlandığı Mecra: Ticari Uygulama (İnternet)

Tespitler: <https://www.todtv.com.tr/> internet sitesinde, "*Süper Dolu Paketi*", "*Sezonluk Süper Lig*" ve "*Sezonluk Taraftar Paketleri*" abonelik paketlerine yönelik seçeneklerin yer aldığı ekranda, "*Smart TV-Apple TV 4K-Android TV*" gibi bazı ek hizmet seçeneklerinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu, tüketicilerin abone olmak istedikleri pakete bu ek hizmetler de dahil olarak abone olmaya yönlendirildiği, "*Süper Dolu Paketin*" üzerinde "*En Çok Satan*" ifadesine yer verilmesi suretiyle bu abonelik paketinin diğer abonelik paketlerinden daha çok ön plana çıkarıldığı, ayrıca sepete "*Süper Lig*" paketi eklendiğinde, abonelik paketini yükseltmeden abone olma sürecini devam ettirme olanağı tanıyan "*Devam Et*" seçeneğinin sayfayı kaydırmadan görüntülediği, dolayısıyla "*Paketini Kolayca Yükseltebilirsin-Sezonluk Paket-Süper Lig*" ifadelerinin altında yer alan "*Seç ve Devam Et*" seçeneklerinin ön plana çıkartıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.todtv.com.tr/> internet sitesinde, "*Süper Dolu Paketi*", "*Sezonluk Süper Lig*" ve "*Sezonluk Taraftar Paketleri*" abonelik paketlerine yönelik seçeneklerin yer aldığı ekranda tüketicilerin satın almış oldukları yayın hizmetini izleyebilecekleri platformlara ilişkin bazı ek hizmet seçeneklerinin önceden seçili olarak

tüketicilere sunulduğu ancak bu durumun tüketicilerin belirli mal veya hizmete yönelik karar alma sürecindeki bağımsızlıklarına zarar verebileceği,

Tüketicilerin hiçbir olumsuz dış etkiye maruz kalmadan tamamen kendi iradelerine dayalı bir şekilde karar verebilmeleri için tüketicilerin lehine ya da aleyhine olduğu fark edilmeksizin hiçbir abonelik hizmeti seçeneğinin ya da bunlara bağlı ek hizmetlerin önceden seçili olarak tüketicilere sunulmaması gerektiği,

Diğer taraftan, sepete "Süper Lig" paketi eklendiğinde, abonelik paketini yükseltmeden abone olma sürecini devam ettirme olanağı tanıyan "*Devam Et*" seçeneğinin sayfayı kaydırmadan görüntülenemediği, dolayısıyla "*Paketini Kolayca Yükseltebilirsin-Sezonluk Paket-Süper Lig*" ifadelerinin altında yer alan "*Seç ve Devam Et*" seçeneklerinin ön plana çıkartılması suretiyle tüketicilerin sepetlerine eklemiş oldukları abonelik paketinin yükseltmek satın almaya yönlendirildiği, bu durumun tüketicilerin tamamen kendi iradelerine dayalı karar vermelerinin önünde engel oluşturduğu,

Bu nedenlerden ötürü inceleme konusu ticari uygulamaların, tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozabileceği, tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açabileceği gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 32/1 maddeleri ile "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ekinde yer alan "A-Haksız Ticari Uygulamalar" 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

71)

Dosya No: 2024/5324

Şikayet Edilen: Disney XD Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi

Ŗikayet Edilen Ticari Uygulama: <https://www.disneyplus.com/> internet sitesinde, "*Aylık Abonelik*" ve "*Yıllık Abonelik*" seçeneklerinin yer aldığı ekranda "*Yıllık Abonelik*" seçeneğine yönelik yapılan ticari uygulamalar

Ticari Uygulama Yayın/Erişim Tarihi: 31.01.2024

Yayımlandığı Mecra: Ticari Uygulama (İnternet)

Tespitler: <https://www.disneyplus.com/> internet sitesinde, "*Aylık Abonelik*" ve "*Yıllık Abonelik*" seçeneklerinin yer aldığı ekranda, "*Yıllık Abonelik*" seçeneğinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.disneyplus.com/> internet sitesinde, "*Aylık Abonelik*" ve "*Yıllık Abonelik*" seçeneklerinin yer aldığı ekranda, "*Yıllık Abonelik*" seçeneğinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulması tüketicilerin doğrudan yıllık abonelik paketini seçmeye yönlendirildiği ancak bu durumun tüketicilerin belirli mal veya hizmete yönelik karar alma sürecindeki bağımsızlıklarına zarar verebileceği,

Tüketicilerin hiçbir olumsuz dış etkiye maruz kalmadan tamamen kendi iradelerine dayalı bir şekilde karar verebilmeleri için tüketicilerin lehine ya da aleyhine olduğu fark edilmeksizin hiçbir abonelik hizmeti seçeneğinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulmaması gerektiği, Yıllık abonelik paketi seçildiğinde her bir ay başına düşen ücret miktarının, aylık abonelik paketi seçildiğinde ödenecek olan aylık ücretten daha düşük olmasının, yıllık abonelik paketinin tüketicilere seçili olarak sunulması konusunda makul bir gerekçe olarak kabul edilemeyeceği,

Bu çerçevede, inceleme konusu ticari uygulamanın, tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozabileceği, tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açabileceği gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 32/1 maddeleri ile "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ekinde yer alan "A-Haksız Ticari Uygulamalar" 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Disney XD Televizyon Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

72)

Dosya No: 2024/5325

Şikayet Edilen: Blu Tv İletişim ve Dijital Yayın Hizmetleri Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Ticari Uygulama: <https://www.blutv.com/> internet sitesinde yer alan muhtelif ticari uygulamalar

Ticari Uygulama Yayın/Erişim Tarihi: 31.01.2024

Yayımlandığı Mecra: Ticari Uygulama (İnternet)

Tespitler: <https://www.blutv.com/> internet sitesinde, "*Blu TV-Sözleşme Güncellendi-Üyelik Sözleşmemizde Güncelleme Yaptık-Güncellenmiş Üyelik Sözleşmemize Buradan Ulaşabilirsiniz-Kabul Et*" ifadelerine sayfanın orta kısmında açıkça yer verilmesine rağmen reddetme seçeneği açıkça yer verilmediği, ayrıca "*Yıllık Aboneliğe Geçerek Üyeliğine 69.9 TL'ye Devam Etmek İster Misin?*" ifadesinin sağ tarafında yer alan "*Devam Et*" seçeneğinin "*X*" işaretine kıyasla daha çok ön plana çıkarıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.blutv.com/> internet sitesinde, "*Blu TV-Sözleşme Güncellendi-Üyelik Sözleşmemizde Güncelleme Yaptık-Güncellenmiş Üyelik Sözleşmemize Buradan Ulaşabilirsiniz-Kabul Et*" ifadelerine sayfanın orta kısmında açıkça yer verilmesine rağmen tüketiciye herhangi bir şekilde söz konusu teklifi reddetme imkanının sağlanmadığı, ortalama tüketici tarafından sayfadan çıkış anlamına gelecek şekilde yorumlanacağı açık olan "*X*" işaretinin ise teklifi "*Reddetme*" imkanı olarak yorumlanmasının mümkün olmadığı, bu nedenle tüketicilere açık ve net bir şekilde teklifi "*Reddetme*" seçeneğinin sunulması ve teklif tüketiciler tarafından reddedildikten sonra teklifin ısrarlı bir şekilde tüketicilere tekrar tekrar sunulmaması gerektiği,

Diğer taraftan, bahsi geçen internet sitesinde tüketicilere sunulan bir başka teklife ilişkin olarak görüntülenen ekranda, "*Yıllık Aboneliğe Geçerek Üyeliğine 69.9 TL'ye Devam Etmek İster Misin?*" ifadesinin sağ tarafında, yan yana olacak şekilde "*Devam Et*" ve "*X*" işaretine yer verildiği ancak "*Devam Et*" seçeneğinin "*X*" işaretine kıyasla tasarımsal olarak daha çok ön plana çıkarıldığı, yukarıda da ifade edildiği gibi, "*X*" işaretinin teklifi reddetme anlamına gelecek şekilde yorumlanamayacağı bu nedenle tüketicilere açık ve net bir şekilde teklifi "*Reddetme*" seçeneğinin sunulması gerektiği,

Tüketicilerin hiçbir olumsuz dış etkiye maruz kalmadan tamamen kendi iradelerine dayalı bir şekilde karar verebilmeleri için tüketicilere sunulan teklifleri "*Reddetme*" seçeneklerine, teklifleri "*Kabul Etme*" seçenekleri ile aynı konumda, aynı büyüklükte, aynı renk ve tonda yer verilmesi gerektiği aksi durumun tüketicilerin iradesini olumsuz yönde etkileyebileceği,

Bu nedenlerden ötürü inceleme konusu ticari uygulamaların, tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozabileceği, tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açabileceği gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 32/1 maddeleri ile "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ekinde yer alan "A-Haksız Ticari Uygulamalar" 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **BLU TV İletişim ve Dijital Yayın Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

73)

Dosya No: 2024/5326

Şikayet Edilen: Los Gatos Turkey Yayın Hizmetleri Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam/TU: <https://www.netflix.com/> internet sitesinde "*Özel*", "*Standart*" ve "*Temel*" abonelik paketlerine yönelik yapılan ticari uygulamalar

Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi: 31.01.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://www.netflix.com/> internet sitesinde, "*Özel*", "*Standart*" ve "*Temel*" abonelik paketlerine yönelik seçeneklerin yer aldığı ekranda, "*Özel*" abonelik paketi seçeneğinin "*En Popüler*" ifadesine yer verilerek ve önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.netflix.com/> internet sitesinde "Özel", "Standart" ve "Temel" abonelik paketlerine yönelik seçeneklerin yer aldığı ekranda "Özel" abonelik paketi seçeneğinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu ancak bu durumun tüketicilerin belirli mal veya hizmete yönelik karar alma sürecindeki bağımsızlıklarına zarar verebileceği,

Tüketicilerin hiçbir olumsuz dış etkiye maruz kalmadan tamamen kendi iradelerine dayalı bir şekilde karar verebilmeleri için tüketicilerin lehine ya da aleyhine olduğu fark edilmeksizin hiçbir abonelik hizmeti seçeneğinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulmaması gerektiği,

"Özel" abonelik paketinin üzerinde "En Popüler" ibaresine yer verildiği ancak reklam ve tanıtımlarda "En Popüler" ibaresine yer verilirken buna ilişkin şeffaf kriterlere yer verilmediği, bu durumun "En Popüler" ifadesi ile kastedilenin ne olduğu konusunda anlam karışıklığına yol açabileceği, bu nedenle belirli abonelik paketlerine yönelik olarak "En Popüler" gibi ifadelerle vurgu yapıldığı takdirde bu ifade ile kastedilenin ne olduğu konusunda (satın alma sayısı, tıklama sayısı, sepete ekleme sayısı vb.) tüketicilerin açık ve net bir şekilde bilgilendirilmeleri gerektiği, Bu nedenlerden ötürü inceleme konusu ticari uygulamaların, tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozabileceği, tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açabileceği gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtım ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 32/1 maddeleri ile "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ekinde yer alan "A-Haksız Ticari Uygulamalar" 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Los Gatos Turkey Yayın Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

74)

Dosya No: 2024/5329

Şikayet Edilen: Lifecell Dijital Servisler ve Çözümler Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Ticari Uygulama: <https://gameplus.com.tr/> internet sitesinde "*Haftalık Paket*", "*Premium*" ve "*Basic*" abonelik paketlerine yönelik yapılan ticari uygulamalar

Ticari Uygulama Yayın/Erişim Tarihi: 02.02.2024

Yayınlandığı Mecra: Ticari Uygulama (İnternet)

Tespitler: <https://gameplus.com.tr/> internet sitesinin 02.02.2024 tarihli görünümünde, "*Haftalık Paket*", "*Premium*" ve "*Basic*" abonelik paketlerine yönelik seçeneklerin yer aldığı ekranda, "*Premium*" abonelik paketi içinde "*3 Aylık*" abonelik paketinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://gameplus.com.tr/> internet sitesinde, "*Haftalık Paket*" ve "*Premium*" ve "*Basic*" abonelik paketlerine yönelik seçeneklerin yer aldığı ekranda "*Premium*" abonelik paketi içinde yer alan "*3 Aylık*" abonelik paketinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulması tüketicilerin 3 aylık abone olmaya yönlendirildiği ancak bu durumun tüketicilerin belirli mal veya hizmete yönelik karar alma sürecindeki bağımsızlıklarına zarar verebileceği,

Tüketicilerin hiçbir olumsuz dış etkiye maruz kalmadan tamamen kendi iradelerine dayalı bir şekilde karar verebilmeleri için tüketicilerin lehine ya da aleyhine olduğu fark edilmeksizin hiçbir abonelik hizmeti seçeneğinin önceden seçili olarak tüketicilere sunulmaması gerektiği,

Bu çerçevede, inceleme konusu ticari uygulamanın, tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozabileceği, tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açabileceği gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 28/1, 28/2, 28/4, 32/1 maddeleri ile "Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar" başlıklı Ekinde yer alan "A-Haksız Ticari Uygulamalar" 22 nci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Lifecell Dijital Servisler ve Çözümler Anonim Şirketi Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

FİNANSAL HİZMETLER

75)

Dosya No: 2024/5420

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

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesinin ana sayfasında yer alan "Hepsipay, Yeni Müşterilere Özel, %1.99 Faiz Oranı" başlıklı reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 22.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesinin ana sayfasında yer alan "Hepsipay, Yeni Müşterilere Özel, %1.99 Faiz Oranı" başlıklı reklamlarda tüketicilerin yeni bir bağlantıya yönlendirildiği, hepsipay isimli dijital cüzdana üye olan tüketicilere söz konusu bağlantı aracılığıyla almak istedikleri kredi miktarına yüzde kaç orandan kredi verilebileceğinin sunulduğu hususları tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Firmaya ait www.hepsiburada.com adresli internet sitesinin ana sayfasında yer alan "*Hepsipay, Yeni Müşterilere Özel, %1.99 Faiz Oranı*" başlıklı reklam ve tanıtımlarda, tüketicilerin %1.99 faiz oranı vaadiyle, kampanya şartlarına ilişkin doğrudan ya da yönlendirmeye yer verilmek suretiyle açıkça bilgilendirilmeden, D Ödeme Elektronik Para Ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.'ye ait dijital ödeme yöntemi olan "*Hepsipay*" müşterisi yapıldığı, elektronik para kuruluşu statüsünde bulunan "*Hepsipay*" in kredi verme yetkisi bulunmamasına rağmen söz konusu reklamlar aracılığıyla kredi veriyormuş izlenimi oluşturulduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 18 inci maddesinin 2 nci fıkrasında; "(2) Reklamlarda yer alan ana vaadin esaslı unsurları açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilir." hükmü yer almasına rağmen kredi vaadiyle "*Hepsipay*" müşterisi yapılan müşterilere reklamın ana vaadi olan faiz oranı ile her halükarda kredi verilmediği veya daha yüksek faiz oranlı kredi önerildiği, her ne kadar firma tarafından anılan faiz oranından kredi kullanan tüketicilerin bulunduğuna yönelik açıklama yapılmış olsa da söz konusu reklama istinaden "*Hepsipay*" müşterisi olan tüketici sayısı ile bunlardan ne kadarının yönlendirildiği bankadan kredi alıp almadığı ve kredi alabilenlerden ne kadarının vaad edilen faiz oranından kredi alıp almadığına ilişkin açıklayıcı ve ispatlayıcı belge sunulmadığı,

Diğer taraftan, her tüketicinin kredi edinebilirliğinin tüketicinin finansal geçmişiyle orantılı olduğunun bilindiği, ancak bir kampanya ana vaadinin şartlara ve istisnalara bağlandığı durumlarda, kampanya ana metninde ana vaadinin istisnalara sahip olduğunun tüketicilerin

görmekten kaçamayacağı şekilde reklamın ana mesajının olduğu yerde tüketicilere iletilmesi gerektiği, dolayısıyla, reklamlarda vaad edilen faiz oranından kredi kullanmak amacıyla Hapsipay müşterisi yapılarak sisteme dahil edilen tüketicilere sisteme girmeden önce reklamın ana mesajında veya yapılacak yönlendirmede kampanya şartları ve bahsi geçen kriterler konusunda yeterince bilgi verilmesi zorunluluğunun karşılanmamasının tüketicileri mağdur edici nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda ki eksiklik nedeni ile vaad edilen krediyi kullanamayacak tüketicilerin Hapsipay müşterisi yapıldıktan sonra kredi taleplerinin red edilmesinin mesleki özenin gereklerine aykırılık teşkil ederek tüketicilerin bir ticari sözleşmeye ilişkin davranış biçimlerini önemli ölçüde bozduğu, bu durumun reklam yoluyla haksız ticari uygulama olduğu ve söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte, dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5,9/1, 9/5, 18/2, 18/6, 25/1, 25/2, 25/3, 25/4, 28/1, 28/2, 28/4, 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 **D-Market Elektronik Hizmetler ve 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.

GIDA

76)

Dosya No: 2024/5149

Şikayet Edilen: Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait "*Supradyn Focus Film Kaplı Tablet Multivitamin, Mineral ve Ginseng İçeren Takviye Edici Gıda*" adlı ürüne ilişkin olarak "Bayer Türkiye" kullanıcı adıyla www.youtube.com ve "bayerturk" kullanıcı adıyla www.instagram.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 02.07.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait “Supradyn Focus Film Kaplı Tablet Multivitamin, Mineral ve Ginseng İçeren Takviye Edici Gıda” adlı ürüne ilişkin olarak “Bayer Türkiye” kullanıcı adıyla www.youtube.com ve “bayerturk” kullanıcı adıyla www.instagram.com adresli internet sitelerinde, "O Melissa Vargas herkes onu başarıları ile tanıyor peki onun hikayesinin ardında kimler var? Mesela zorlanan Vargas, pes eden değil pes dedirten, kendi ile yarışan, bin parçaya bölünen, düşen ama hep devam eden Vargas, aslında seni sen yapan devam etmeyi seçtiğin o an. Aradığın güç içinde, Supradyn her gün yanında, Supradyn Focus multivitamin, mineral, ginseng ve zeytin polifenolü içerir. Hayat seni zorladığında duracak mısın? Yoksa Supradyn, durma devam et!" şeklinde ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “Supradyn Focus Film Kaplı Tablet Multivitamin, Mineral ve Ginseng İçeren Takviye Edici Gıda” adlı ürüne ilişkin olarak “Bayer Türkiye” kullanıcı adıyla www.youtube.com ve “bayerturk” kullanıcı adıyla www.instagram.com adresli internet sitelerinde, "O Melissa Vargas herkes onu başarıları ile tanıyor peki onun hikayesinin ardında kimler var? Mesela zorlanan Vargas, pes eden değil pes dedirten, kendi ile yarışan, bin parçaya bölünen, düşen ama hep devam eden Vargas, aslında seni sen yapan devam etmeyi seçtiğin o an. Aradığın güç içinde, Supradyn her gün yanında, supradyn focus multivitamin, mineral, ginseng ve zeytin polifenolü içerir. Hayat seni zorladığında duracak mısın? Yoksa Supradyn, durma devam et!" şeklinde ifadelerle tanıtım yapıldığı,

Reklam filminde güçlü sporcu kişiliği ile tanınan Melissa Vargas’ın zorlandığı, yoğun programı içerisinde birçok şeye yetişmeye çalıştığı, zorlu antrenmanlarına ve mücadelelerine karşılık Supradyn ile güç ve enerji bulduğu, bu sayede durmadan ve pes etmeden devam ettiği şeklinde bir kurgu kullanıldığı,

İnceleme konusu tanıtımlara ilişkin olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından iletilen görüş yazısında, 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmî 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 inceleme konusu reklamlarda yer alan ifade ve görsellere bütün olarak bakıldığında söz konusu reklam filminin kompozisyonu ve reklam metninde kullanılan ifadeler ile anılan ürünün fiziksel performansı ve konsantrasyonu arttırmaya yönelik bir algı oluşturduğu, aynı zamanda ürünün aşırı tüketimini destekleyecek veya özendirilecek şekilde olması sebebi ile sağlık beyanı içerdiğinin belirtildiği 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 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 **Bayer Türk Kimya San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

77)

Dosya No: 2024/5436

Şikayet Edilen: Emine ŞAHİN

Şikayet Edilen Reklam: "*emure_ozd*" isimli Instagram hesabında yer alan "*Mumiyo*" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "*emure_ozd*" isimli Instagram hesabında yer alan "*Mumiyo*" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda, "*Resmen bel ağrımı kesti ya! Herhangi bir ağrısı olan herkes alsın bir denesin*" ve "*Birçok derde deva...şifa olsun inşallah. Helal belgeli*" ifadeleri ile birlikte söz konusu ürünün satışının yapıldığı internet sitesine ait URL bağlantısına yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Emine ŞAHİN isimli şahsa ait "*emure_ozd*" isimli Instagram hesabında yer alan "*Mumiyo*" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda "*Resmen bel ağrımı kesti ya! Herhangi bir ağrısı olan herkes alsın bir denesin*" ve "*Birçok derde deva...şifa olsun inşallah. Helal belgeli*" ifadeleri ile birlikte söz konusu ürünün

satışının yapıldığı internet sitesine ait URL bağlantısına yer verildiği, ancak söz konusu şahıs tarafından yapılan açıklamada, söz konusu ürünün tanıtımına yönelik herhangi bir ticari iş birliğinin bulunmadığının ifade edildiği, bu nedenle söz konusu paylaşımlarda yer verilen ifade ve görseller ile bahsi geçen takviye edici gıda ürününün örtülü reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan, 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, inceleme konusu paylaşımlar ticari reklam mahiyetinde yayımlanmış olsa dahi, söz konusu tanıtımlarda yer verilen *"Resmen bel ağrımı kesti ya! Herhangi bir ağrısı olan herkes alsın bir denesin"* ve *"Birçok derde deva...şifa olsun inşallah."* şeklinde ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı 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, 5/3, 5/6, 5/7, 5/8, 5/10 ve 5/11 ve 10 uncu 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22/1, 22/2, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, söz konusu paylaşımlara ilişkin olarak, **Emine ŞAHİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

78)

Dosya No: 2024/5439

Şikayet Edilen: Ak Yayıncılık Ticaret A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: "Anadolu Dernek TV" isimli televizyon kanalında 17.05.2024 tarihinde 09:50 saatinde yayımlanan "bal" satışına ilişkin tele-alışveriş reklamı

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 17.05.2024

Yayımlandığı Mecra: Televizyon

Tespitler: Anadolu Dernek TV isimli televizyon kanalında, 17.05.2024 tarihinde 09:50 saatinde yayımlanan "bal" satışına ilişkin tele-alışveriş reklamında, *"10 Kg süzme bal 999 TL. Kargo bedava... Şu an elinizi çabuk tutabilirsiniz... Son saniyelerin içerisine girdik...Son on saniye..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Anadolu Dernek TV isimli televizyon kanalında 17.05.2024 tarihinde 09:50 saatinde yayımlanan "bal" satışına ilişkin tele-alışveriş reklamında; *"10 Kg süzme bal 999 TL. Kargo bedava... Şu an elinizi çabuk tutabilirsiniz... Son saniyelerin içerisine girdik... Son on saniye..."* ifadeleri ile tanıtım yapıldığı, ancak Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 27 nci maddesinde *" (1) Doğrudan satış ve tele-alışveriş reklamlarında; reklam verenin isim, unvan, adres, telefon ve diğer iletişim bilgileri, mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam fiyatı ve nakliye masrafı ile cayma hakkının olduğu durumlarda bu hakkın kullanılma şartı ve süresine ilişkin bilgilerin yer alması zorunludur. Bu tür reklamlarda; ilk kez, son, sadece, tek bir sefer, sınırlı satış, hepsi satılmak üzere, satıldı satılacak gibi ifadelerle tüketiciler mal veya hizmeti satın almaya teşvik edilemez."* hükümlerinin yer aldığı, bu nedenle söz konusu reklamda yer alan bal ürününün *"Şu an elinizi çabuk tutabilirsiniz... Son saniyelerin içerisine girdik... Son on saniye..."* ifadeleri ile satışa sunulmasının mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan söz konusu reklamda, 10 kg balın 999 TL fiyat ile satışına ilişkin indirim kampanyasının tanıtıldığı, ancak Yönetmelik'in "İndirimli Satış Reklamları" başlıklı 14 üncü maddesi gereğince; indirimli satış reklamlarında ürünün indirimden önceki fiyat, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesinin zorunlu olduğu, bu nedenle indirimli olarak satışa sunulan ürüne ilişkin olarak söz konusu bilgilere yer verilmemesinin mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 14/1, 14/2, 14/3, 27/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

79)

Dosya No: 2024/5448

Şikayet Edilen: Nevra KAYGUN BİLEM

Şikayet Edilen Reklam: "*nevrabilemm*" isimli Instagram hesabında yer alan "Momordica Detoxmix" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 03.11.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "*nevrabilemm*" isimli Instagram hesabının 03.11.2023 tarihli görünümünde yer alan "*Momordica Detoxmix*" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda, "*Yağlarımı eritiyor. Ödemimi atıyor. Bağırsaklarımı çalıştırıyor.*" ifadeleri ile birlikte söz konusu ürünün satışının yapıldığı internet sitesine ait URL bağlantısına yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "*nevrabilemm*" isimli Instagram hesabının 03.11.2023 tarihli görünümünde yer alan "*Momordica Detoxmix*" isimli takviye edici gıda ürününe ilişkin tanıtımlarda, "*Yağlarımı eritiyor. Ödemimi atıyor. Bağırsaklarımı çalıştırıyor.*" ifadeleri ile birlikte söz konusu ürünün satışının yapıldığı internet sitesine ait URL bağlantısına yer verildiği, ancak söz konusu şahıs tarafından yapılan açıklamada söz konusu ürünün tanıtımına yönelik herhangi bir ticari iş birliğinin bulunmadığının ifade edildiği, bu nedenle söz konusu paylaşımlarda yer verilen ifade ve görseller ile bahsi geçen takviye edici gıda ürününün örtülü reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan, 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, inceleme konusu paylaşımlar ticari reklam mahiyetinde yayımlanmış olsa dahi, söz konusu tanıtımlarda yer verilen "Yağlarımı eritiyor. Ödemimi atıyor. Bağırsaklarımı çalıştırıyor." şeklinde ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı 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, 5/3, 5/6, 5/7, 5/8, 5/10 ve 5/11 ve 10 uncu 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22/1, 22/2, 23/1 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, söz konusu paylaşımlara ilişkin olarak, **Nevra KAYGUN BİLEM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamlara durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

80)

Dosya No: 2024/4668

Şikayet Edilen: Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait <https://www.balparmak.com.tr/> URL adresli internet sitesinde, “Balparmak Apitera” isimli ürünlere yönelik reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 10.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamlarda, firma tarafından https://www.balparmak.com.tr/aptera-plus-forte-propols?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1a74a084597f2e URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde, “Balparmak Apitera Propolis Forte” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Forte Propolis Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “...C vitamini sayesinde ise bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarını korumaya sağlar...” şeklinde,

https://www.balparmak.com.tr/aptera-plus-propols-cocuk-c-vitamnl?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1a74a084597f2e URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Propolis Çocuk C Vitaminli” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Propolis Çocuk C Vitaminli Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “...C vitamini ayrıca bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarının sürdürülmesini destekleme özelliğine sahiptir...” şeklinde,

https://www.balparmak.com.tr/balparmak-apterazen-plus-7-g-x-7?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1a74a084597f2e URL internet adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Zen” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Zen Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “*Apitera Plus Zen, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonunu doğal besinlerle desteklemek isteyenler için etkili bir formüle sahiptir...*” şeklinde,

https://www.balparmak.com.tr/balparmak-apteraup-plus-7-g-x-7?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1a74a084597f2e URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Up” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Up Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “*Apitera Plus Up, günde iki şase tüketildiğinde vücudun B vitamini ihtiyacını yüzde 45 oranında tek başına karşılayabilir. Bu yönüyle vücudundaki enerji oluşum metabolizmasının işleyişini ideal düzeyde tutmak isteyenler için uygun bir takviye edici gıda ürünüdür...*” şeklinde,

<https://www.balparmak.com.tr/aptera-plus-mnd-7-g-56-adet-gnkgo-bloba-propols-zerdecal-bberye-yaban-mersn-dha> URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Mind” isimli ürüne dair; “*DHA*” başlığı altında, “*Beyin başta olmak üzere görme yetisinin ve kalbin normal fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunur.*” şeklinde ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından https://www.balparmak.com.tr/aptera-plus-forte-propols?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1a74a084597f2e URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde, “Balparmak Apitera Propolis Forte” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Forte Propolis Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “...C vitamini sayesinde ise bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarını korumaya sağlar...” şeklinde,

https://www.balparmak.com.tr/aptera-plus-propols-cocuk-c-vitamnl?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1... URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Propolis Çocuk C Vitaminli” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Propolis Çocuk C Vitaminli Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “...C vitamini ayrıca bağışıklık sisteminin normal fonksiyonlarının sürdürülmesini destekleme özelliğine sahiptir...” şeklinde,

https://www.balparmak.com.tr/balparmak-apterazen-plus-7-g-x-7?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1a7... URL internet adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Zen” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Zen Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “*Apitera Plus Zen, bağışıklık sisteminin normal fonksiyonunu doğal besinlerle desteklemek isteyenler için etkili bir formüle sahiptir...*” şeklinde,

https://www.balparmak.com.tr/balparmak-apteraup-plus-7-g-x-7?recommended_by=dynamc&recommended_code=37e20a21ea3e4445aa1a74... URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Up” isimli ürüne dair; “*Apitera Plus Up Ne İşe Yarar?*” başlığı altında, “*Apitera Plus Up, günde iki saşe tüketildiğinde vücudun B vitamini ihtiyacını yüzde 45 oranında tek başına karşılayabilir. Bu yönüyle vücudundaki enerji oluşum metabolizmasının işleyişini ideal düzeyde tutmak isteyenler için uygun bir takviye edici gıda ürünüdür...*” şeklinde,

<https://www.balparmak.com.tr/aptera-plus-mnd-7-g-56-adet-gnkgo-bloba-propols-zer-decal-bberye-yaban-mersn-dha> URL adresli internet sitesinin 10.06.2024 tarihli görünümünde “Balparmak Apitera Plus Mind” isimli ürüne dair; “*DHA*” başlığı altında, “*Beyin başta olmak üzere görme yetisinin ve kalbin normal fonksiyonlarının korunmasına katkıda bulunur.*” şeklinde ifadelerle yer verilerek reklamlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu reklamların, adı geçen ürünlerde atıf yapılan besin öğelerinin insan sağlığıyla ilişkili sağlık beyanı içeren ifadeler olduğu, Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumunun Bakanlık göndermiş olduğu E-85521274-520.99-1540091 sayılı ve 22.07.2024 tarihli yazısı ile yukarıda bahsi geçen reklamların, 20.04.2023 tarihli ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik’e dayanılarak hazırlanan “Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu” ve Eklerinde belirtilen kurallara uygun olarak kullanılmadığı, dolayısıyla mevzubahis reklamların, tüketicileri yanıltıcı ve aldattıcı mahiyet teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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, 5/10-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, 9/1, 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 **Altıparmak Gıda 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.

81)

Dosya No: 2024/3567

Şikayet Edilen: Çaylı Organik Tarım Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: "Instagram" isimli sosyal medya platformunda, "egricayirbali" kullanıcı adıyla ve <https://www.egricayir.com/tr> URL adresli internet sitesinde "eğriçayır" markalı ürünlere yönelik gerçekleştirilen reklam ve haksız ticari uygulamalar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 12.03.2024, 05.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamlarda, firmaya ait "egricayirbali" adlı sosyal medya hesabı tarafından "Instagram" isimli sosyal medya platformunda yayımlanan reklamın 05.06.2024 tarihli görünümünde, "Eğriçayır" markalı ürünlere dair; *"Bazı balların anti bakteriyel etkisi olduğunu biliyor muydunuz? Ben de çok yakın zamanda öğrendim. Hatta toplam aktivite değeri (TA) diye bir şey var. Bu değer ne kadar yüksek olursa o balın antimikrobiyal değeri daha yüksek oluyor. Bugün bunu "Eğriçayır" balı ile deneyeceğiz. "Eğriçayır"ın bu balının (Ürünün adı Organik Polifloralı Çiçek Balı) toplam aktivite değeri 16, yani baya bir bakteri öldürmesini bekliyoruz. Şimdi mikroskopta test edeceğiz. (Ürünü mikroskopta inceleniyor) Evde bu deneyler için hazır bakteriler tutuyorum. Şimdi koydum hareketleri görüyorsunuz. Şimdi yavaşça yandan balı damlatıyorum ve*

gördüğünüz gibi kaçışma başladı. Bu arada bu örnekte kaçışmanın sebebi yüzey gerilimi, birazcık durulmasını bekleyeceğiz. Gördüğünüz gibi bu kaçışma olurken aslında bazı bakteriler de ölüp orada kalıyorlar. Yani hepsi kaçmıyor ve tamamen durulmasını bekliyorum 5-10 dakika, size kalanları göstereceğim. 10 dakika sonra gördüğünüz gibi bakterilerin hareketinden eser kalmamış, pek çoğu ölmüş durumda.” şeklinde,

“Eğriçayır Organik Arı Sütü Ham Bal Polen Propolis karışımı” isimli ürüne ilişkin olarak https://www.egricayir.com/tr/urun/organik-ari-sutu-bal-polen-propolis-karisimi?utm_source=facebookinstagram&utm_medium=paid_social&utm_campaign=organik-ari-sutu-bal-polen-propolis-karisimi_video &fbclid=P... URL adresli internet sitesinde yer alan “Yorumlar” kısmındaki; 9 Ocak 2024 tarihli yorumda “*Egricayir propolis arisutu polen karışımını sürekli alıyorum yeğenim için kullandımızdan beri yeğenim hic grip olmadı...*” şeklinde,

9 Haziran 2023 tarihli yorumda; “*...Ama urunun kendisini sorarsan herkese tavsiye ederim.yeğenim icin alıyorum.kullandığımızdan beri hic hastalanmadi .ondan once surekli hastaliodu.arisutu propolis polen karisimi sifa gibi geldi teşekkür ederim...*” şeklinde,

6 Haziran 2023 tarihli yorumda; “*Mid**e problemi için aldım kavanoz bitmek üzere hem mid**emeiyi geldi hemde ekl*m ağr**larına. Devam edeceğim kullanmayainşallah kesin çözüme ulaşırım*” şeklinde,

17 Nisan 2023 tarihli yorumda; “*...Öksürüğüm üzerinde olumlu etkisini çok hızlı farkettim. Hepsini kullanma imkanım olmadı ramazan ayı dolayısıyla. Ama denediklerim için bunları söyleyebilirim.*” şeklinde,

26 Haziran 2023 tarihli yorumda; “*Bütün karışımları mükemmel, çocuklarım için çok kullanıyoruz, bu karışım çocuklarım e***a yok etti, bu karışım bizim için çok önemli bir ilaç niyetine, gıda mühendisi Zeynep Hanım'a çok teşekkür ediyorum bizzat yardımcı oluyor her zaman bizimle irtibata ve son derece profesyonel, 10 senelik uğraşıyorum bu eg***a yüzünden her şey denedik, doktorlar ilaç yok diyorlar sadece nemlendirici, lakin bu karışım verdim zaman 3. Gün çocuklarım cilt değişti, ben inanmadım, ürün yarası bitmeden çocuklarım ciltler bebek gibi oldu, Zeynep Hanım la hemen irtibata geçtim anlatım, ve bugün a kadar onun sayesinde çocuklarım mutlular karışım tadı ve kıvamına bizzat takip ediyor...*” şeklinde,

29 Mart 2020 tarihli yorumda; “*Merhaba, Biz organik ari sutu polen propolis bal karisimi aldik sahbaz cayli 18 aylık bebegim icin doktorumuz onerdi ari urunlerini bag***ligi dusuk oldugu icin ve k*n degerleri bu sayede yukseldi ve aylardir oglum g**p nedir bilmiyor nazar degmesin oncelikle tesekkur ederim fakat ben birde ari ekmeği öordum sitenizde arastrdim ondanda aldım ikisini bir sabah ac karnina versem agir gelebilirmi ya da ne miktarda vermem gerekir bilginiz varmi diye sorucaktım.*” şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “egricayirbalı” adlı sosyal medya hesabı tarafından “İstagram” isimli sosyal medya platformunda yayımlanan reklâmın 05.06.2024 tarihli görünümünde, “Eğriçayır” markalı ürünlere dair; *“Bazı balların anti bakteriyel etkisi olduğunu biliyor muydunuz? Ben de çok yakın zamanda öğrendim. Hatta toplam aktivite değeri (TA) diye bir şey var. Bu değer ne kadar yüksek olursa o balın antimikrobiyal değeri daha yüksek oluyor. Bugün bunu “Eğriçayır” balı ile deneyeceğiz. “Eğriçayır”ın bu balının (Ürünün adı Organik Polifloralı Çiçek Balı) toplam aktivite değeri 16, yani baya bir bakteri öldürmesini bekliyoruz. Şimdi mikroskopta test edeceğiz. (Ürünü mikroskopta inceleniyor) Evde bu deneyler için hazır bakteriler tutuyorum. Şimdi koydum hareketleri görüyorsunuz. Şimdi yavaşça yandan balı damlatıyorum ve gördüğünüz gibi kaçışma başladı. Bu arada bu örnekte kaçışmanın sebebi yüzey gerilimi, birazcık durulmasını bekleyeceğiz. Gördüğünüz gibi bu kaçışma olurken aslında bazı bakteriler de ölüp orada kalıyorlar. Yani hepsi kaçamıyor ve tamamen durulmasını bekliyorum 5-10 dakika, size kalanları göstereceğim. 10 dakika sonra gördüğünüz gibi bakterilerin hareketinden eser kalmamış, pek çoğu ölmüş durumda.”* şeklinde,

“Eğriçayır Organik Arı Sütü Ham Bal Polen Propolis karışımı” isimli ürüne ilişkin olarak https://www.egricayir.com/tr/urun/organik-ari-sutu-bal-polen-propolis-karisimi?utm_source=facebookinstagram&utm_medium=paid_social&utm_campaign=organik-ari-sutu-bal-polen-propolis-karisimi_video &fbclid=P... URL adresli internet sitesinde yer alan “Yorumlar” kısmındaki; 9 Ocak 2024 tarihli yorumda *“Egricayir propolis arisutu polen karisimini sürekli alıyorum yeğenim için kullandımızdan beri yeğenim hic grip olmadı...”* şeklinde,

9 Haziran 2023 tarihli yorumda; *“...Ama urunun kendisini sorarsan herkese tavsiye ederim. yeğenim için alıyorum.kullandığımızdan beri hic hastalanmadi .ondan once surekli hastaliodu.arisutu propolis polen karisimi sifa gibi geldi teşekkür ederim...”* şeklinde,

6 Haziran 2023 tarihli yorumda; *“Mid**e problemi için aldım kavanoz bitmek üzere hem mid**emeiyi geldi hemde ekl*m ağr**larına. Devam edeceğim kullanmayainşallah kesin çözüme ulasirim”* şeklinde,

17 Nisan 2023 tarihli yorumda; *“...Öksürüğüm üzerinde olumlu etkisini çok hızlı farkettim. Hepsini kullanma imkanım olmadı ramazan ayı dolayısıyla. Ama denediklerim için bunları söyleyebilirim.”* şeklinde,

26 Haziran 2023 tarihli yorumda; *“Bütün karışımları mükemmel, çocuklarım için çok kullanıyoruz, bu karışım çocuklarım e***a yok etti, bu karışım bizim için çok önemli bir ilaç niyetine, gıda mühendisi Zeynep Hanım'a çok teşekkür ediyorum bizzat yardımcı oluyor her zaman bizimle irtibata ve son derece profesyonel, 10 senelik uğraşıyorum bu eg***a yüzünden her şey denedik, doktorlar ilaç yok diyorlar sadece nemlendirici, lakin bu karışım verdim zaman 3. Gün çocuklarım cilt değişti, ben inanmadım, ürün yarası bitmeden çocuklarım ciltler bebek gibi oldu, Zeynep Hanım la hemen irtibata geçtim anlatım, ve bugün a kadar onun sayesinde çocuklarım mutlular karışım tadı ve kıvamına bizzat takip ediyor...”* şeklinde,

29 Mart 2020 tarihli yorumda; “Merhaba, Biz organik ari sutu polen propolis bal karisimi aldik sahbaz cayli 18 aylık bebegim için doktorumuz onerdi ari urunlerini bag***ligi dusuk olduğu için ve k*n degerleri bu sayede yukseldi ve aylardir oglum g**p nedir bilmiyor nazar degmesin oncelikle tesekkur ederim fakat ben birde ari ekmeği gordum sitenizde arastrdim ondanda aldim ikisini bir sabah ac karnina versen agir gelebilirmi ya da ne miktarda vermem gerekir bilginiz varmi diye sorucaktim.” şeklinde ifadeler kullanılarak reklam ve haksız ticari uygulamalar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu reklam ve uygulamalarda kullanılan ifadeler, insan sağlığı ile ilişkili olup yukarıda bahsedilen tıbbi durumları tedavi ettiği, tedavi sürecine yardımcı olduğu ve insan sağlığına olumlu etkileri bulunduğu yönelik sağlık beyanı içerdiği, 20.04.2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik’e 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 çıktığı ve dolayısıyla Yönetmelik’in ilgili hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik’in 4/1-d, 4/1-e. 5/1 ve 5/8 inci maddeleri,
- 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, 5/10-a, 5/10-b, 5/10-c, 5/10-ç, 5/11-b, 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, 9/1, 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 **Çaylı Organik Tarım 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.

82)

Dosya No: 2024/4054

Şikayet Edilen: Gürcan KARA

Şikayet Edilen Reklam: “Instagram” isimli sosyal medya platformunda, “@torosdagihoney” kullanıcı adıyla, “Toros Dağı” markalı ürünlere yönelik gerçekleştirilen reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 15.01.2024, 11.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamlarda, şahıs tarafından <https://www.instagram.com/torosdagihoney/> URL adresli, “@torosdagihoney” adlı kullanıcının, <https://www.instagram.com/p/C1sAsKRdC/> URL adresli paylaşımının 06.06.2024 tarihli görünümünde, “Toros Dağı Bee Pollen” isimli ürüne dair; “*Alerji karşıtı. Kanser riskini önlediği bilinir.*” şeklinde,

“Toros Dağı Ham Bal + Arı Sütü + Polen + Propolis” isimli ürüne dair; “*Bağışıklığı güçlendirir. Cilt hücrelerine iyi gelir. Enerji verir.*” şeklinde,

“Toros Dağı Propolis Damla” isimli ürüne dair; “*Bağışıklık sistemini destekler. Grip ve soğuk algınlığına iyi gelir.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/C2VNPggJ-6z/> URL adresli paylaşımının 06.06.2024 tarihli görünümünde, “Toros Dağı Çakşır Balı” isimli ürüne dair; “*Enerji Verir...*” şeklinde,

“Toros Dağı Arı Sütü Karışımı” isimli ürüne dair; “*Sağlık açısından çok faydalıdır. Güçlü bir antioksidandır. Hücreleri yeniler.*” şeklinde,

“Toros Dağı Çiçek Balı” isimli ürüne dair; “*Bağışıklık Sistemini Destekler. Sindirimi Kolaylaştırır.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/C3N2vYzP74X/> URL adresli paylaşımının 06.06.2024 tarihli görünümünde, “Toros Dağı Çörek Otu Balı” isimli ürüne dair; “*Bağışıklık sistemini destekler. Diyette etkilidir.*” şeklinde,

“Toros Dağı Kekik Balı” isimli ürüne dair; “*Mide için fayalı. İştah açıcıdır...*” şeklinde,

“Toros Dağı Lavanta Balı” isimli ürüne dair; “*Ağrılara iyi gelir. Cilt ve sivilcelere iyidir.*” şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait <https://www.instagram.com/torosdagihoney/> URL adresli, “@torosdagihoney” adlı kullanıcının, <https://www.instagram.com/p/C1sAsKRdC/> URL adresli paylaşımının 06.06.2024 tarihli görünümünde, “Toros Dağı Bee Pollen” isimli ürüne dair; “*Alerji karşıtı. Kanser riskini önlediği bilinir.*” şeklinde,

“Toros Dağı Ham Bal + Arı Sütü + Polen + Propolis” isimli ürüne dair; “*Bağışıklığı güçlendirir. Cilt hücrelerine iyi gelir. Enerji verir.*” şeklinde,

“Toros Dağı Propolis Damla” isimli ürüne dair; “*Bağışıklık sistemini destekler. Grip ve soğuk algınlığına iyi gelir.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/C2VNPggJ-6z/> URL adresli paylaşımının 06.06.2024 tarihli görünümünde, “Toros Dağı Çakşır Balı” isimli ürüne dair; “*Enerji Verir...*” şeklinde,

“Toros Dağı Arı Sütü Karışımı” isimli ürüne dair; “*Sağlık açısından çok faydalıdır. Güçlü bir antioksidandır. Hücreleri yeniler.*” şeklinde,

“Toros Dağı Çiçek Balı” isimli ürüne dair; “*Bağışıklık Sistemini Destekler. Sindirimi Kolaylaştırır.*” şeklinde,

<https://www.instagram.com/p/C3N2vYzP74X/> URL adresli paylaşımının 06.06.2024 tarihli görünümünde, “Toros Dağı Çörek Otu Balı” isimli ürüne dair; “*Bağışıklık sistemini destekler. Diyetle etkilidir.*” şeklinde,

“Toros Dağı Kekik Balı” isimli ürüne dair; “*Mide için fayalı. İştah açıcıdır...*” şeklinde,

“Toros Dağı Lavanta Balı” isimli ürüne dair; “*Ağrılara iyi gelir. Cilt ve sivilcelere iyidir.*” şeklinde ifadeler yer verilerek reklamlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu reklamlarda kullanılan ifadeler, insan sağlığı ile ilişkili olup yukarıda bahsedilen tıbbi durumları engellediği ve tedavi ettiği, insan sağlığına olumlu etkileri olduğuna yönelik sağlık beyanı içerdiği, 20.04.2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik’e 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 reklamlarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı ve dolayısıyla Yönetmelik’in ilgili hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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, 5/10-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, 9/1, 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 **Gürcan KARA** 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.

83)

Dosya No: 2024/5422

Şikayet Edilen: Baldağ Gıda Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait <https://www.baldagi.com/> URL adresli internet sitesinde, "Baldağı" markalı ürüne yönelik reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 14.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, firma tarafından <https://www.baldagi.com/> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde "Baldağı" markalı ürüne dair; "*Baldağı ham yayla balının bağışıklık sistemini güçlendirme. Kolesterol seviyesini düzenleme. Ham kekik balı bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde, soğuk algınlığının giderilmesinde ve yaraların iyileşmesinde, mide, astım ve egzama gibi rahatsızlıkların giderilmesinde yardımcı rol oynar. Anti*

bakteriyel özelliği ile ağız, boğaz ve bronşit enfeksiyonlarına karşı kullanılmakta sinirim sistemin çalışmasını düzenlemeye yardımcı olmaktadır.” şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait <https://www.baldaği.com/> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde “Baldaği” markalı ürüne dair; *“Baldaği ham yayla balının bağışıklık sistemini güçlendirme. Kolesterol seviyesini düzenleme. Ham kekik balı bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde, soğuk algınlığının giderilmesinde ve yaraların iyileşmesinde, mide, astım ve egzama gibi rahatsızlıkların giderilmesinde yardımcı rol oynar. Anti bakteriyel özelliği ile ağız, boğaz ve bronşit enfeksiyonlarına karşı kullanılmakta sinirim sistemin çalışmasını düzenlemeye yardımcı olmaktadır.”* şeklinde ifadeler yer vererek reklamlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu tanıtımlara ilişkin Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu’ndan alınan yazıda, 13/06/2023 tarih ve 32220 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik’te; bir ürünün veya ürün bileşiminde bulunan öğelerin insan sağlığıyla ilişkisini belirten, ileri süren veya ima eden beyanlar, sağlık beyanı olarak tanımlandığı, bu bilgiler doğrultusunda yukarıda belirtilen ifadeler sağlık beyanı olup bahsi geçen internet sitesinde mevzuata aykırı bir şekilde ürün tanıtımı yapıldığı ifade edilmiştir. 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik çerçevesinde gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabildiği, gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılabilecek sağlık beyanları ve beyan koşulları söz konusu Yönetmelik doğrultusunda hazırlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu eklerinde yer aldığı ve sağlık beyanı içeren tanıtımların ilgili Yönetmelik ve Kılavuz eklerine uygun olması koşuluyla kullanılabileceği, ilgili mevzuat hükümlerine aykırı bir şekilde sağlık beyanı içeren ifadeler kullanılarak gerçekleştirilen tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyet teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik’in 4/1-d, 4/1-e. 5/1, 5/8 inci maddeleri,
- 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, 5/10-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, 9/1, 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 **Baldağ Gıda 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.

84)

Dosya No: 2024/5421

Şikayet Edilen: Altın Petek Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait <https://www.baldagi.com/> URL adresli internet sitesinde, "Baldağı" markalı ürüne yönelik reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 14.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamlarda, firma tarafından, <https://www.altinpetek.com.tr/yoresel-urunler/suzme-cicek-bali-850-gr> ve <https://www.altinpetek.com.tr/yoresel-urunler/suzme-cicek-bali-460-gr> URL adresli internet sitelerinin 14.03.2024 tarihli görünümünde "Altınpetek Süzme Çiçek Balı" isimli ürüne dair; *"Bal, düzenli tüketildiğinde vücudun zararlı hücrelerden arınmasını sağlayarak kansere zemin hazırlayan sağlık sorunlarını ortadan kaldırır. Eklemlerde veya kemiklerde meydana gelen kireçlenme ya da iltihaplanma gibi sağlık sorunlarının önüne geçmenizi sağlar."* şeklinde,

<https://www.altinpetek.com.tr/tek-cicekli-urunler/akasya-bali-460-gr> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde "Altınpetek Akasya Balı" isimli ürüne dair; *"Flavonoidler akasya balında bulunan temel antioksidan türü durumundalar. Flavonoidler bakımından zengin bir beslenme, kalp hastalıkları ve belli kanser türleri gibi kronik hastalıklara dair riskinizi azaltır."* şeklinde,

<https://www.altinpetek.com.tr/tek-cicekli-urunler/corekotu-bali-460-gr> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde "Altınpetek Çörekotu Balı" isimli ürüne dair; *"Üst solunum yollarına iyi gelen çörek otu balı akciğer ve karaciğeri de rahatlatır. Kanın temizlenmesi için kullanılabilen çörek otu yağı sabah akşam bir tatlı kaşığı kadar yenebilir. Kalp rahatsızlıklarında da kullanılabilir."* şeklinde,

<https://www.altinpetek.com.tr/ari-urunleri/altinpetek-propolis-50-ml> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde “Altınpetek Propolis” isimli ürüne dair; “*Candida enfeksiyonlarına karşı etkili olabileceği düşünülüyor.*” şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, <https://www.altinpetek.com.tr/yoresel-urunler/suzme-cicek-bali-850-gr> ve <https://www.altinpetek.com.tr/yoresel-urunler/suzme-cicek-bali-460-gr> URL adresli internet sitelerinin 14.03.2024 tarihli görünümünde “Altınpetek Süzme Çiçek Balı” isimli ürüne dair; “*Bal, düzenli tüketildiğinde vücudun zararlı hücrelerden arınmasını sağlayarak kansere zemin hazırlayan sağlık sorunlarını ortadan kaldırır. Eklemlerde veya kemiklerde meydana gelen kireçlenme ya da iltihaplanma gibi sağlık sorunlarının önüne geçmenizi sağlar.*” şeklinde,

<https://www.altinpetek.com.tr/tek-cicekli-urunler/akasya-bali-460-gr> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde “Altınpetek Akasya Balı” isimli ürüne dair; “*Flavonoidler akasya balında bulunan temel antioksidan türü durumundalar. Flavonoidler bakımından zengin bir beslenme, kalp hastalıkları ve belli kanser türleri gibi kronik hastalıklara dair riskinizi azaltır.*” şeklinde,

<https://www.altinpetek.com.tr/tek-cicekli-urunler/corekotu-bali-460-gr> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde “Altınpetek Çörekotu Balı” isimli ürüne dair; “*Üst solunum yollarına iyi gelen çörek otu balı akciğer ve karaciğeri de rahatlatır. Kanın temizlenmesi için kullanılabilen çörek otu yağı sabah akşam bir tatlı kaşığı kadar yenebilir. Kalp rahatsızlıklarında da kullanılabilir.*” şeklinde,

<https://www.altinpetek.com.tr/ari-urunleri/altinpetek-propolis-50-ml> URL adresli internet sitesinin 14.03.2024 tarihli görünümünde “Altınpetek Propolis” isimli ürüne dair; “*Candida enfeksiyonlarına karşı etkili olabileceği düşünülüyor.*” şeklinde ifadelere yer vererek reklamlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu tanıtımlara ilişkin Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu’ndan alınan yazıda, 13/06/2023 tarih ve 32220 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik’te; bir ürünün veya ürün bileşiminde bulunan öğelerin insan sağlığıyla ilişkisini belirten, ileri süren veya ima eden beyanlar, sağlık beyanı olarak tanımlandığı, bu bilgiler doğrultusunda yukarıda belirtilen ifadeler sağlık beyanı olup bahsi geçen internet sitelerinde mevzuata aykırı bir şekilde ürün tanıtımı yapıldığı ifade edilmiştir. 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik çerçevesinde gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabildiği, gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılabilecek sağlık beyanları ve beyan koşulları söz konusu Yönetmelik doğrultusunda hazırlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu eklerinde yer aldığı ve sağlık beyanı içeren tanıtımların ilgili

Yönetmelik ve Kılavuz eklerine uygun olması koşuluyla kullanılabilceği, ilgili mevzuat hükümlerine aykırı bir şekilde sağlık beyanı içeren ifadeler kullanılarak gerçekleştirilen tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyet teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- 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, 5/10-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, 9/1, 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 **Altın Petek Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret 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.

85)

Dosya No: 2024/4374

Şikayet Edilen: TYG TURKEY Elektronik Ticaret Hizmetleri ve Yatırımları A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: "Trendyol Go" isimli çevrimiçi mobil uygulamada "Flaş" sloganıyla yayımlanan indirimli satış kampanyası reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 10.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, firmaya ait “Trendyol Go” isimli çevrimiçi uygulamada “*Flaş*” sloganıyla, “*100 TL ve üzerine 40 TL İndirim. 150 TL ve üzerine 60 TL İndirim. 225 TL ve üzerine 80 TL İndirim. 300 TL ve üzerine 100 TL İndirim.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “Trendyol Go” isimli çevrimiçi uygulamada “*Flaş*” sloganıyla, “*100 TL ve üzerine 40 TL İndirim. 150 TL ve üzerine 60 TL İndirim. 225 TL ve üzerine 80 TL İndirim. 300 TL ve üzerine 100 TL İndirim.*” ifadelerine yer verilerek indirimli satış reklamı gerçekleştirildiği; bu kapsamda, tüketicilerin, anılan reklamda vaat edilen 300 TL ve üzeri alışverişlerde 100 TL indirim faydalanabilmesi için bahsi geçen siparişin “Trendyol Go” uygulaması üzerinden oluşturması gerektiği, mevzubahis uygulama üzerinden oluşturulmayan siparişlerde en fazla 80 TL değerinde indirim uygulanacağını tespit edilmiştir. Bu sebeplerle, şikayete konu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

86)

Dosya No: 2024/4660

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

Şikayet Edilen Reklam: “Algida” markalı ürünlere yönelik Facebook, Tiktok ve Google isimli sosyal ağlarda ve muhtelif televizyon kanallarında yayımlanan “2024 Milyonlarca Bedava” isimli kampanya reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 01.01.2024, 01.04.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet, Televizyon

Tespitler: İnceleme konusu reklamlarda, firma tarafından, 01.01.2024 - 31.05.2024 tarihleri arasında geçerli “2024 Milyonlarca Bedava” isimli kampanyaya dair; “*Bu promosyon MPI’nin 06.11.2023 tarih ve E-58259698-255.05.02-46483 sayılı izni ile Mpi’nin kapsamı dışında düzenlenmektedir 01.01.2024 (saat: 00:01) ile 31.05.2024 (saat: 23:59) kampanya tarihleri arasında Türkiye genelindeki satış noktalarından şifreli Twister, Conboo, Buzparmak, Gökkuşuğu, Minimilk, Vişi markalı ürünlerinin çubuklarında yer alan BEDAV(8Haneli Şifre) veya PUAN(8 Haneli Şifre) şifrelerinden herhangi biri yer alacaktır. BEDAV(8Haneli Şifre) şifreli çubuklardan çıkan şifreleri Algida Yeşil Etiketli promosyon noktalarına ibraz ederek veya Algida ile Kazan uygulamasına girip oluşan kod ile yeşil etiketli promosyon noktaları veya Vişi ve Minimilk hariç*

Migroslardan, her farklı şifre için bedava hangi marka promosyonlu ürün aldıysa aynı marka ürün çeşitlerinden kazanma şansı yakalayacaktır. PUAN(8 Haneli Şifre) şifreli çubuklarında yer alan şifreyi ise Algida ile Kazan uygulamasına girenler Minimilk ve Vişi'de 100, Gökkuşığı, Buzparmak ve Conboo'da 150, Twister'da 200 Algida puan kazanacaktır. (1 Algida Puan = 0,01 TL) Kampanya bitiş tarihleri ardından BEDV(8Haneli Şifre) şifreli ürünlerdeki şifreler Algida ile Kazan uygulamasına girildiğinde hediye ürün yerine yukarıda belirtilen miktarda PUAN kazanma şansı olacaktır. Kampanyamız günlük 5 adet katılım ile sınırlıdır.

Kazandığınız ikramiyenizi kampanyaya katılım sağlarken belirtile tedarik yöntemlerinden birini seçerek tedarik edebilirsiniz. Yapılan tedarikçi seçimi daha sonra değiştirilemez. Tedarikçi seçiminde; Migros seçilmesi durumunda tüm Migros mağazalarında Money Kart ile gerçekleştireceğiniz işlem esnasında kasadaki kasiyere söyleyerek ya da Algida Bakkal seçilmesi durumunda yeşil etiketli Algida Bakkal noktalarında kodunuzu okutarak kullanabilirsiniz. Kampanya kapsamında Yeşil etiketli noktalardan alınabilecek bedava ürünler: Twister, Conboo, Buzparmak, Gökkuşığı, Minimilk, Vişi'dir. Migroslardan alınabilecek bedava ürünler: Twister, Conboo, Buzparmak, Gökkuşığı'dır... ” şeklinde,

1 Nisan 2024 - 31 Temmuz 2024 tarihleri arasında geçerli “Milyonlarca Keyif Kornet” isimli kampanyaya dair; “Kampanya Milyonlarca Bedava ambalajlı Keyif Kornetler için 1 Nisan-31 Temmuz 2024 tarihleri arasında Türkiye sınırları içerisinde kampanyaya katılan yeşil etiketli Algida promosyon noktalarında geçerlidir. Promosyonlu Keyif Kornet ambalajlarının içerisindeki BEDV ile başlayan toplam 12 haneli kodu bulanlara, aynı ürün anında Bedava! Kazandığınız bedava Algida Keyif Kornet'i ikramiyenizi yeşil etiketli Algida Bakkal noktalarında QR kodunuzu okutarak kullanabilirsiniz...” şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından “Algida” markalı ürüne yönelik muhtelif mecralarda gerçekleştirilen “2024 Milyonlarca Bedava” ve “Milyonlarca Keyif Kornet” isimli kampanya reklamları kapsamında; tüketicilerin, anılan kampanyalar dahilindeki “Algida” markalı ürünleri satın alıp bu ürünlerden çıkan şifreleri “Algida ile Kazan” isimli mobil uygulamaya girerek işbu reklamlarda vaat edilen promosyon ürünler ve/veya puanlar kazandıkları; ancak, tüketicilerin, kazanmış olduğu promosyon ürünleri temin etmek amacıyla mevzubahis kampanyalarda belirtilen yeşil etiketli promosyon noktalarına gittiklerinde ise promosyon ürünleri temin edemediklerinin anlaşıldığı, bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda ise bahsi geçen promosyon ürünlerinin, söz konusu reklamlarda vaat edildiği şekilde temin edilememesinin tüketicileri yanıltıcı ve aldattıcı mahiyet teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

87)

Dosya No: 2024/4658

Şikayet Edilen: Şekera Gıda Besicilik Temel İhtiyaç Md. Paz. İnş. Taah. San. Ve Tic. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: "Facebook" isimli sosyal medya platformundan "Şeker'a Market" isimli sosyal medya hesabı tarafından "*Kurbanlık ve Hisseli Satışlarımız Başlamıştır*" sloganıyla gerçekleştirilen reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 10.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, firma tarafından, "Facebook" isimli sosyal medya platformundan, "Şeker'a Market" isimli sosyal medya hesabı tarafından <https://www.facebook.com/photo/?fbd=962012875924224&set=pb.100063465613199.-2207520000> URL adresli ve 10.05.2024 tarihli paylaşımda, "*Kurbanlık ve Hisseli Satışlarımız Başlamıştır*" sloganıyla "*Her Bütçeye Göre Farklı Seçeneklerle Hizmetindeyiz. Hisse 1 23-27 Kg Et 17.000 TL Düve. Hisse 2 32-36 Kg Et 20.000 TL Düve. Hisse 3 37-42 Kg Et 22.500 TL Düve. Hisse 4 20-24 Kg Et 16.500 TL Dana. Hisse 5 45-50 Kg Et 25.000 TL Dana. Hisse 6 55-60 Kg Et 29.000 TL Dana...*" şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından, "Facebook" isimli sosyal medya platformundan, "Şeker'a Market" isimli sosyal medya hesabı tarafından <https://www.facebook.com/photo/?fbd=962012875924224&set=pb.100063465613199.-2207520000> URL adresli ve 10.05.2024 tarihli paylaşımda, "*Kurbanlık ve Hisseli Satışlarımız Başlamıştır*" sloganıyla "*Her Bütçeye Göre Farklı Seçeneklerle Hizmetindeyiz. Hisse 1 23-27 Kg Et 17.000 TL Düve. Hisse 2 32-36 Kg Et 20.000 TL Düve. Hisse 3 37-42 Kg Et 22.500 TL Düve. Hisse 4 20-24 Kg Et 16.500 TL Dana. Hisse 5 45-50 Kg Et 25.000 TL Dana. Hisse 6 55-60 Kg Et 29.000 TL Dana...*" şeklinde ifadeler kullanılarak reklamlar gerçekleştirildiği, anılan reklamlar kapsamında, tüketicinin Hisse 5'i satın aldığı, ancak kurban kesimi ve sonrasında firma ile tüketici

arasında yaşanan iletişimsizlik neticesinde tüketiciye mevzubahis reklamda Hisse 5 ile vaat edilen miktarın verilmediği şeklinde anlaşıldığı, ancak, incelemelerin ardından, tüketicinin aslında Hisse 5 ile vaat edilen miktarda et verildiği tespit edilmiştir. Bu sebeplerle, şikayete konu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

88)

Dosya No: 2024/5280

Şikayet Edilen: NBE Pharma İlaç Kozmetik Sağlık Hizmetleri San. ve Dış Tic. A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: www.vitabear.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 13.06.2024

Reklamın Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.vitabear.com.tr/vitabear-gummy-sac-vitamini adresli URL adresinin 13.06.2024 tarihli görünümünde, *"Vita Bear Strong Hair Amerika'da dizayn edilmiş yüksek standartlarda üretimi yapılmış güçlü ve dengeli formülü sayesinde saç köklerinin, derisinin ve tırnakların beslenmesine, güçlenmesine, aynı zamanda hızlı uzamasına ve yeni saç oluşumuna da destek sağlayan ekşi elma tadında tamamen doğal Gummy formunda vitamindir. Saçların güçlü ve hızlı uzamasına yardımcı olur. Saçların elastikiyet ve kalitesinin artmasına yardımcı olur. Saçların dökülmesini azaltmaya ve kırılmaları önlemeye yardımcı olur. Hormon içermediği için diğer tüylerin uzamasına veya kalınlaşmasına sebep olmaz. Düzenli kullanımda tırnak ve cilt kalitesinin de zamanla artmasına yardımcı olur. Gerçek ekşi elma suyu ile yapılan tatlı ve lezzetli şeker tadına sahiptir. Saç ve tırnakların sağlıklı büyümesini desteklemek için Biotin, Folic Asid,D Vitamini,B12 vitamini gibi klinik olarak kanıtlanmış vitamin kompleksi / Amino Asit karışımı içermektedir"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.vitabear.com.tr/vitabear-gummy-sac-vitamini adresli URL adresinin 13.06.2024 tarihli görünümünde, *"Vita Bear Strong Hair Amerika'da dizayn edilmiş yüksek standartlarda üretimi yapılmış güçlü ve dengeli formülü sayesinde saç köklerinin, derisinin ve tırnakların beslenmesine, güçlenmesine, aynı zamanda hızlı uzamasına ve yeni saç oluşumuna da destek sağlayan ekşi elma tadında tamamen doğal Gummy formunda vitamindir. Saçların güçlü ve hızlı uzamasına yardımcı olur. Saçların elastikiyet ve kalitesinin artmasına yardımcı olur. Saçların dökülmesini azaltmaya ve kırılmaları önlemeye*

yardımcı olur. Hormon içermediği için diğer tüylerin uzamasına veya kalınlaşmasına sebep olmaz. Düzenli kullanımda tırnak ve cilt kalitesinin de zamanla artmasına yardımcı olur. Gerçek ekşi elma suyu ile yapılan tatlı ve lezzetli şeker tadına sahiptir. Saç ve tırnakların sağlıklı büyümesini desteklemek için Biyotin, Folic Asid, D Vitamini, B12 vitamini gibi klinik olarak kanıtlanmış vitamin kompleksi / Amino Asit karışımı içermektedir" ifadelerinin yer aldığı, 20.04.2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik’e 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 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, 5/3, 5/6, 5/7, 5/8, 5/10 ve 5/11 ve 10 uncu 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, 7/2, 7/3 ve 7/4 maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/ç, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **NBE Pharma İlaç Kozmetik Sağlık Hizmetleri San. ve Dış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

89)

Dosya No: 2024/5431

Şikayet Edilen: Pizzafırını Gıda Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com.tr adresli internet sitesinde firmaya ait "pizzailfornotr" adlı sosyal medya hesabı üzerinden yayımlanan Şubat 2024 tarihli reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: Şubat 2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait 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 tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; 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, 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 gelerek 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,

Diğer taraftan, anılan sosyal medya hesabında yer alan 28.02.2024 tarihli başka bir tanıtımda, "*Her Gün 17.00 - 19.00 Arası Prosecco ve Garrone Spritz % 20 İndirimli*" ifadelerine yer verilerek söz konusu kampanyanın geçerli olduğu zaman diliminin net bir şekilde belirtildiği, ancak şikayete konu "*Her Salı İkinci Makarna Bedava*" adlı kampanyaya yönelik herhangi bir istisna bilgisine yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu 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-a, 7/5-ç 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 **Pizzafırını Gıda Danışmanlık Sanayi ve 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.

90)

Dosya No: 2024/4703

Şikayet Edilen: Migros Ticaret Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden "migros_tr" adlı sosyal medya hesabı aracılığıyla yayımlanan 29.06.2024 tarihli reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 29.06.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firma tarafından www.instagram.com adresli internet sitesi üzerinden "migros_tr" adlı sosyal medya hesabı aracılığıyla yayımlanan 29.06.2024 tarihli reklamlarda, "*Bu hafta sonu Unlarda aynı üründen 1 ALANA 1 HEDİYE*" ve "*29-30 Haziran*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından yayımlanan 29.06.2024 tarihli reklamlarda, "*Bu hafta sonu Unlarda aynı üründen 1 ALANA 1 HEDİYE*" ve "*29-30 Haziran*" ifadelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımlara istinaden 29.06.2024 tarihinde firmaya ait Barbaros Hayrettin Mah. Atatürk Bul. No: 33A Merkez/ADİYAMAN adresinde bulunan market mağazasına giderek söz konusu kampanyadan faydalanmak isteyen başvuru sahibi tüketiciye, mağaza personeli tarafından söz konusu kampanyanın geçerli olmadığı ifade edildiği, dolayısıyla bahse konu reklamların gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Migros 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.

91)

Dosya No: 2024/4636

Şikayet Edilen: Frango Gıda Hizmetleri Sanayi Ticaret Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: "Trendyol Yemek" adlı mobil uygulama üzerinden "Frango Döner & Sauce" adlı restoran aracılığıyla "Tavuk Döner Menü" adlı ürüne yönelik yayımlanan reklamlar.

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 12-13.03 2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Trendyol Yemek adlı mobil uygulama üzerinden firmaya ait "Frango Döner & Sauce" adlı restoran tarafından "Tavuk Döner Menü" adlı ürüne yönelik yayımlanan 12-13.03.2024 tarihli reklamlarda, "*Trendyol Yemek Özel*" ve "*1 Adet 70 gr Tavuk Döner - 1 Adet Büyük Sütüş Ayrıan 109 TL*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "Trendyol Yemek" adlı mobil uygulama üzerinden firmaya ait "Frango Döner & Sauce" adlı restoran tarafından "Tavuk Döner Menü" adlı ürüne yönelik yayımlanan 12-13.03.2024 tarihli reklamlarda, "*Trendyol Yemek Özel*" ve "*1 Adet 70 gr Tavuk Döner - 1 Adet Büyük Sütüş Ayrıan 109 TL*" ifadelerine yer verilirken kampanya koşullarında arasında, söz konusu kampanyanın 23.01.2024 - 23.02.2024 tarihleri arasında geçerli olduğu bilgisine yer verildiği, 12.03.2024 tarihinde "Tavuk Döner Menü" adlı ürün sipariş edilmek istenip sepete eklendiğinde, söz konusu ürünün satış fiyatının 125,00-TL olarak, 13.03.2024 tarihinde ise 168,75-TL olarak belirtildiği,

Bu kapsamda, tüketicilerin "Tavuk Döner Menü" adlı ürüne yönelik toplamda 109,00-TL ödeyecekleri vaadiyle anılan kampanyaya yönlendirildiği, ancak ödeme aşamasında belirtilen tutarın üstünde ödeme yapmak durumunda kaldıkları, ayrıca anılan kampanyanın 23.01.2024 - 23.02.2024 tarihleri arasında geçerli olduğu belirtilmesine rağmen 12-13 Mart 2024 tarihlerinde bahse konu kampanyaya yönelik reklamların yayımlanmasına devam edildiği, bu doğrultuda söz konusu reklamların 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, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/9 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

92)

Dosya No: 2024/4083

Şikayet Edilen: Tab Gıda San. ve Tic. Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: Trendyol Yemek adlı mobil uygulama üzerinden "Usta Dönerci" adlı restoran aracılığıyla "Dürüm Et Döner & Ayrın" adlı ürüne, "Sbarro" adlı restoran aracılığıyla "Orta Boy Pepperoni Pizza" adlı ürüne yönelik yayımlanan reklamlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: Mart 2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Trendyol Yemek adlı mobil uygulama üzerinden firmaya ait "Usta Dönerci" adlı restoran tarafından "Dürüm Et Döner & Ayrın" adlı ürüne yönelik yayımlanan reklamlarda, "*Usta Dönerci'den Dürüm Et Döner & Ayrın 1 Alana 1 Bedava*", "*Toplam 190 TL*" ifadelerine ve ikişer adet dürüm ve ayran görseline yer verildiği, yine Trendyol Yemek adlı mobil uygulama üzerinden firmaya ait "Sbarro" adlı restoran tarafından "Orta Boy Pepperoni Pizza" adlı ürüne yönelik yayımlanan reklamlarda "*Orta Boy Pepperoni Pizza'da 1 Alana 1 Bedava*", "*Toplam 220 TL*" ifadelerine ve iki adet pizza görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; "Trendyol Yemek" adlı mobil uygulama üzerinden firmaya ait "Usta Dönerci" adlı restoran tarafından "Dürüm Et Döner & Ayrın" adlı ürüne yönelik yayımlanan reklamlarda, "*Usta Dönerci'den Dürüm Et Döner & Ayrın 1 Alana 1 Bedava*", "*Toplam 190 TL*" ifadelerine ve ikişer adet dürüm ve ayran görseline yer verildiği,

Aynı esnada, söz konusu kampanya kapsamı dışında, "Dürüm Et Döner" adlı ürünün adet fiyatının 140,00-TL, "Ayrın (20cl.)" adlı ürünün adet fiyatının 19,00-TL, anılan iki ürün sepete eklendiğinde ödenecek toplam fiyatın 159,00-TL olduğu, dolayısıyla halihazırda satış fiyatı 159,00-TL olan iki ürünün "*Usta Dönerci'den Dürüm Et Döner & Ayrın 1 Alana 1 Bedava*" adlı kampanya dahilinde satın alınmak istendiğinde 1 adedinin 190,00-TL fiyatla satışa sunulduğu,

Bu kapsamda, 1 adet "Dürüm Et Döner & Ayrın" alan tüketiciye ikinci dürüm "Et Döner & Ayrın" ürününün hediye edileceği, diğer bir ifadeyle 1 adet fiyatına 2 adet alınacağı yönünde tüketici algısı

yaratıldığı, ancak anılan ürünlerin adet fiyatlarının üzerinde satışa sunularak 31,00-TL tutarında fazladan bir fark alındığı,

Diğer taraftan, yine Trendyol Yemek adlı mobil uygulama üzerinden firmaya ait "Sbarro" adlı restoran tarafından "Orta Boy Pepperoni Pizza" adlı ürüne yönelik yayımlanan reklamlarda, "*Orta Boy Pepperoni Pizza'da 1 Alana 1 Bedava*", "*Toplam 220 TL*" ifadelerine ve iki adet pizza görseline yer verildiği,

Aynı esnada, söz konusu kampanya kapsamı dışında, "Orta Boy Pepperoni Pizza" adlı ürünün adet fiyatının 165,00-TL olduğu, dolayısıyla halihazırda satış fiyatı 165,00-TL olan ürünün "*Orta Boy Pepperoni Pizza'da 1 Alana 1 Bedava*" adlı kampanya dahilinde satın alınmak istendiğinde 1 adedinin 220,00-TL fiyatla satışa sunulduğu,

Bu kapsamda, 1 adet "Orta Boy Pepperoni Pizza" alan tüketiciye ikinci "Orta Boy Pepperoni Pizza" ürününün hediye edileceği, diğer bir ifadeyle 1 adet fiyatına 2 adet alınacağı yönünde tüketici algısı yaratıldığı, ancak anılan ürünün adet fiyatının üzerinde satışa sunularak 55,00-TL tutarında fazladan bir fark alındığı, bu doğrultuda 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, 13/1, 13/2, 13/8, 13/9 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tab Gıda San. ve Tic. 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.

93)

Dosya No: 2024/5399

Şikayet Edilen: Global Food Gıda Paz. Tic. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait Barla Alışveriş Merkezi'nde, "Torku MP Yulafli Bisküvi" ve "Torku Kremalı Fındıklı Gofret" adlı ürünlere yönelik gerçekleştirilen indirimli afiş reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 26.12.2023

Yayınlandığı Mecra: Afiş

Tespitler: Firmaya ait Barla Alışveriş Merkezi'nde, 26.12.2023 tarihinde Denizli Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yapılan denetimde, Torku Mp Tam Yulaflı Bisküvi'nin (3*15 gr) 37,90 TL üstü çizilerek 29,95 TL olarak satışa sunulduğu, Torku Kremalı Fındıklı Gofret'in (4*61 gr) 24,50 TL üstü çizilerek 19,95 TL' ye satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Barla Alışveriş Merkezi'nde, 26.12.2023 tarihinde Denizli Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yapılan denetimde; Torku Mp Tam Yulaflı Bisküvi'nin (3*15 gr) 37,90 TL üstü çizilerek 29,95 TL olarak satışa sunulduğu, Torku Kremalı Fındıklı Gofret'in (4*61 gr) 24,50 TL üstü çizilerek 19,95 TL' ye satışa sunulduğu tutanak ile kayıt altına alındığı, söz konusu indirim reklamlarında Torku Mp Tam Yulaflı Bisküvi (3*15 gr) indirim öncesi satış fiyatının (37,90 TL) ve Torku Kremalı Fındıklı Gofretin (4*61 gr) fiyatının (29,95 TL) gerçeği yansıtmadığı, Torku Mp Tam Yulaflı Bisküvi (3*15 gr) ve Torku Kremalı Fındıklı Gofretin (4*61 gr) herhangi bir indirim gerçekleştirilmeden indirim yapılmış gibi gösterilerek satışının tüketiciyi aldatıcı olduğu, firma tarafından Genel Müdürlüğe gönderilen cevap yazısında yer alan 19.12.2023 tarih ve 300 numaralı fişte, Torku Mp Tam Yulaflı Bisküvi'nin 37,50 TL olduğuna yönelik bir adet destekleyici belge sunulduğu fakat inceleme konusu ilgili afişte üzeri çizili olarak sunulan fiyatın 37,90 TL olduğu dolayısıyla iddia edilen aykırılıkların aksini ispat edecek ilave bir bilgi ve belgeye yer verilmediği, tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda bahsi geçen indirimli satış reklamlarının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyet 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 **Global Food Gıda Paz. Tic. 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.

94)

Dosya No: 2024/5397

Şikayet Edilen: CarrefourSA Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: "*Seçili Bakliyat Ürünlerinde 1 Alana 1 Bedava*" ve "*Fırsat Seçili Ürünlerinde 1 alana 1 Bedava*" başlıklı afiş reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 20-21.07.2024

Yayınlandığı Mecra: Afiş

Tespitler: İnceleme konusu reklamda, Maltepe Park AVM CarrefourSA mağazasında 20-21 Temmuz 2024 tarihlerinde geçerli olan reklam ve tanıtımlarda "*Seçili Bakliyat Ürünlerinde CarrefourSA Kart ile 1 Alana 1 Bedava*" ve "*Fırsat Seçili Ürünlerinde CarrefourSA Kart ile 1 alana 1 Bedava*" şeklinde kampanya tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmanın "CarrefourSA" isimli mağazalarda "*Seçili Bakliyat Ürünlerinde CarrefourSA Kart ile 1 Alana 1 Bedava*" ve "*Fırsat Seçili Ürünlerinde CarrefourSA Kart ile 1 alana 1 Bedava*" şeklinde ifadelerle kampanya tanıtımlarının seçili ürünlerde geçerli olduğunun belirtildiği, irmik ve makarna gibi ürünlerin seçili ürünler arasında olmadığına yönelik ispatlayıcı bilgi ve belgelerin sunulduğu, tüketicileri yanıltıcı herhangi bir husus bulunmadığı değerlendirilmiş olup,

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

95)

Dosya No: 2024/5398

Şikayet Edilen: ZT Medikal Sağlık Ürünleri Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait "ZT Herbal Premium Set, ZT Herbal Coffee Set, ZT Dandelion Tea" adlı ürünlere ilişkin Instagram sosyal paylaşım sitesinde muhtelif hesaplarda gerçekleştirilen reklam ve paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 13.11.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait "ZT Herbal Premium Set, ZT Herbal Coffee Set, ZT Dandelion Tea" adlı ürünlere ilişkin "@ztmedikalgamze" adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/CzIMBlAMtxo/" adlı url hesabında "Kalıcı kilo vermek. Zayıflama." şeklinde, "www.instagram.com/p/CzjSkSzsrn6/" adlı url uzantısında, "İncelme. Kilo verme." şeklinde, "www.instagram.com/p/CyrH-kxsuCh/" adlı url uzantısında, "Yağ yakma." şeklinde, "www.instagram.com/p/CyWW07bs8RH/" ve "www.instagram.com/p/CyllPAUMH9w/" adlı url uzantılarında, "Göbek ve vücut içerisindeki kati yağı yakar. Bölgesel incelme sağlar. Ödem atar. Kolesterolü düşürür. Tansiyonu dengeler." şeklinde,

"@ztmedikalbeyza" adlı Instagram sosyal medya paylaşım hesabında, "www.instagram.com/p/Cyp8IFZKOgC/" ve "www.instagram.com/p/CywUSL2KW8G/" adlı url uzantılarında, "Karaciğer yağlanmasına son." şeklinde, "www.instagram.com/p/CzHdls5qHC8/" adlı url uzantısında, "Karaciğer yağlanmasına doğal çözüm burada." şeklinde, "www.instagram.com/p/CyRNeqOK_07/" adlı url uzantısında, "Sağlıklı ve eğlenceli kilo vermek isteyenlerin tek adresi." şeklinde, "www.instagram.com/p/CyDQTtFKXk0/" adlı url uzantısında, "Kilo vermenin en eğlenceli hali." şeklinde, @zt.gokceyilmaz adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/Cx2eNnANO6I/" adlı url uzantısında, "Kalıcı kilo verme. Geri kilo almama. Sağlıklı ve kalıcı kilo vermek için iletişime geçebilirsiniz." şeklinde, "www.instagram.com/p/CyLs8bYtDHx/" adlı url uzantısında, "Kalıcı kilo vereceksin." şeklinde, "www.instagram.com/p/Cx-MD3rtOLK/" ve "www.instagram.com/p/Cx2cbT5NssG/" adlı url uzantılarında, "45 günde 5-15 kg kaybı. Yağ yakımı. Metabolizma hızlandırması. Ödem attırması gibi birçok fayda sağlaması." şeklinde,

"@zt.medikal_yaseminn" adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/Cy0qINFsFhY/" adlı url uzantısında, "45 günde 5-15. Ödem şişkinlik gidecek." şeklinde, "www.instagram.com/p/Cy0CQV7sHJy/" adlı url uzantısında, "45 günde 5-15 kilo. Yağlanma. Kabızlık. Ödem. İdrar sökücü etkisi vardır. Kilo verimine yardımcı olur." şeklinde,

"@ztmedikalsumeyrahdoglu" adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/CyK_pReqJIm/" "www.instagram.com/p/CyDmX7IK-j5/" ve "www.instagram.com/p/CyDkJ6xKds-/" ve "www.instagram.com/p/Cx-TxFTKTO2/" adlı url uzantılarında, "Göbek ve vücut içerisindeki kati yağı yakar. Bölgesel incelme sağlar. Ödem atar. Kolesterolü düşürür. Tansiyonu dengeler." şeklinde,

"@z.t_medikall_zayıflama_3lu_set" adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/CxSI69jIDp8/" ve "www.instagram.com/p/CxRD0ucoxZK/" ve "www.instagram.com/p/CxPdnc8IaYi/" adlı url uzantılarında, "Zayıflama." şeklinde,

"@zt.naciyeyuncu/" adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/Cyk-TVdteFM/" ve "www.instagram.com/p/CzUItbctPo0/" adlı url uzantılarında, "45 günde 5 ila 15 kilo arasında kilo verimi sağlar. Tamamen yağdan ve kalıcı olarak kilo verimi sağlıyoruz." şeklinde, "www.instagram.com/p/CyDkA0xtVEx/" adlı url uzantısında, "Göbek ve vücut içerisindeki kati yağı yakar. Bölgesel incelme sağlar. Ödem atar. Kolesterolü düşürür. Tansiyonu dengeler." şeklinde, "www.instagram.com/p/CxP9rwtflb2/" adlı url uzantısında, "Adım adım zirveye 1 buçuk ayda minimum 10 kilo verebilmeniz mümkün diyoruz." şeklinde, "@zt.burcinadalar" adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/C_sJnCSNtlP/" adresinde, "Özellikle Göbek Bölgesinden kilo alanlar. Göbeği kat kat olanlar size bir öneriyle geldim denedim ve aldığım sonuç. Sadece sabahları aç karnına 1 defa içiceksin. Depolanmış kalıplaşmış yağlarını yakmaya yardımcı olacak. 1 ay içerisinde 4 beden kadar incelip 10 kiloya kadar kilo vermek istersen benimle iletişime geçebilirsiniz. #reklam" şeklinde, "www.instagram.com/p/C_nwa9XNG3G/" adresinde "50 kilo vermeme yardımcı olan herkesin yeter artık içme dediği o kahvem #Reklam #kilo verme" şeklinde, "https://www.instagram.com/p/C_Put3nt1Dt/" adresinde, "50 kilo verdikten sonra kimsenin beni tanıyamaması" ve "#kilo verme #işbirliği" şeklinde,

"@zt.mervemiracoztas/" adlı Instagram sosyal medya hesabında; "www.instagram.com/p/C1ric5fqtso/" adresinde, "Setin faydaları *İstahi keser. Tokluk hissi verir. Göbek ve vücut içerisindeki kati Yağı yakar. bölgesel incelme sağlar. obezitenin önüne geçer. ödem atar. Kolestrolü düşürür. Tansiyonu dengeler. Glikoz emilimi durdurur. 5 -15 arası kilo verimi sağlar. Vucuttaki kilo vermeyi zorlastran 4 hormonu duzenler (ghrelin+leptin+insülin+kortizol). mutluluk hormonu salgılar, sakinleştirir. uyku problemlerini geçirir. hücre yenileyerek genclestririr. Duraksamaya girmeden kilo verimi sağlar. Vitamin artisi sağlar. Kas artisi sağlar. kadınlarda polikistik over sendromunun onune gecer dogurganlığı artırir. Helal sertifikalıdır. Bakanlık onaylıdır." "www.instagram.com/p/CxFtLZ-q-0h/" adresinde "Z.T Medikal Kalıcı Kilo Verimi Sağlamak İçin Çok Yakında Hizmetinizde" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtım yapıldığı,

Diğer taraftan, belirtilen Instagram sosyal medya hesaplarında, "ZT Medikal Sağlık Ürünleri LTD. ŞTİ." isimli firmanın adıyla birlikte "https://www.ztmedikal.com/" url uzantılı firmaya ait internet sitesi bilgileri ve ürün tanıtımlarının sunulduğu, söz konusu sosyal medya hesabı kullanıcı isimlerinde; firma temsilcileri oldukları izlenimi veren ifadeler yer verildiği, firmaya ait "https://www.ztmedikal.com/temsilcilerimiz" adlı internet sitesinde ise "Temsilcilerimiz" bölümünde söz konusu hesap sahibi isimlerinin de bulunduğu, söz konusu temsilci isimlerine ait birçok url hesabının firmaya ait ürünlere yönelik benzer ifadelerle reklam ve tanıtımda bulunduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "ZT Herbal Premium Set, ZT Herbal Coffee Set, ZT Dandelion Tea" isimli ürünlere yönelik "www.instagram.com/ztmedikalbeyza", "www.instagram.com/ztmedikalgamze",

“www.instagram.com/ztmedikalsumeyrahdroglu”, “www.instagram.com/zt.gokceyilmaz”, “www.instagram.com/zt.medikal_yaseminn”, “www.instagram.com/z.t_medikall_zayiflama_3lu_set,”, “www.instagram.com/zt.naciyeyuncu”, “www.instagram.com/zt.burcinadalar”, “www.instagram.com/zt.mervemiracoztas” adresli hesaplarda söz konusu ürünlere yönelik izin verilen sağlık beyanlarına aykırı ifadelerle reklam ve tanıtımların yapıldığı, diğer taraftan söz konusu Instagram sosyal medya hesaplarında, "ZT Medikal Sağlık Ürünleri LTD. ŞTİ." isimli firmanın adıyla birlikte "https://www.ztmedikal.com/" url uzantılı firmaya ait internet sitesi bilgileri ve ürün tanıtımlarının sunulduğu, söz konusu sosyal medya hesabı kullanıcı isimlerinde; firma temsilcileri oldukları izlenimi veren ifadelerle yer verildiği, firmaya ait "https://www.ztmedikal.com/temsilcilerimiz" adlı internet sitesinde ise "Temsilcilerimiz" bölümünde söz konusu hesap sahibi isimlerinin de bulunduğu, söz konusu temsilci isimlerine ait birçok url hesabında firmaya ait ürünlere yönelik benzer ifadelerle yer vererek mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarına aykırı tanıtım gerçekleştirdiği, tanıtımlarda Sağlık Beyanı Denetimi Hakkında Yönetmelik'in "Tanımlar" başlıklı 4 üncü maddesinin 8 inci fıkrasında yer alan "Ürünlerle ilgili yapılan sağlık beyanından ürün sahibi ile tanıtımcı müştereken sorumludur." hükmü gereği satış temsilcileri tarafından yapılan sağlık beyanlarından firmanın da sorumlu olduğu ve söz konusu tanıtımların firma bilgisi dışında gerçekleştirilmiş olsa dahi firmaya ait sorumluluğu ortadan kaldırmayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği'nin 5/1, 5/2-a, 5/2-c, 5/3, 5/6, 5/7, 5/8, 5/10-a, 5/10-b, 5/10-c, 5/10-ç, 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,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7/1-a, 7/1-b, 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, 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 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 **ZT Medikal Sağlık Ürünleri 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** verilmesi ile birlikte aykırılıkların

yer aldığı "zt.burcinadalar " isimli Instagram hesabı üzerinden yapılacak bildirim ile aykırılık konusu olan "https://www.instagram.com/p/C_sJnCSNtIP/", "https://www.instagram.com/p/C_nwa9XNG3G/", "https://www.instagram.com/p/C_Put3nt1Dt/" ve aykırılıkların yer aldığı "@zt.mervemiracoztas" isimli Instagram hesabı üzerinden yapılacak bildirim ile aykırılık konusu olan "https://www.instagram.com/p/C1ric5ftso/" , "https://www.instagram.com/p/CxFtLZ-q-0h/" url adresli içeriklerin çıkarılması, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde anılan içeriklerin çıkarılmaması hâlinde **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

SAĞLIK

96)

Dosya No: 2024/4661

Şikayet Edilen: Reon Sağlık Hizmetleri İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (Özel Aktif Hastanesi)

Şikayet Edilen Reklam: Özel Aktif Hastanesi duvarında yer alan "*Özel Aktif Güzellik lazer epilasyon, bölgesel incelme, botoks, dolgu, saç ve yüz PRP, mezoterapi, gençlik aşısı, altın iğne secret, fraksiyonel lazer, göz altı ışık dolgusu Dr. Hatice BİLGİN*" yazılı afiş reklamları

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024

Yayınlandığı Mecra: Diğer (Afiş)

Tespitler: İnceleme konusu afişte, "*Özel Aktif Güzellik... Botoks, dolgu, saç ve yüz PRP, mezoterapi, gençlik aşısı, altın iğne secret, fraksiyonel lazer, göz altı ışık dolgusu Dr.Hatice BİLGİN*" şeklinde ifadelerin yer aldığı, söz konusu tanıtımlarda ismi geçen Dr. Hatice BİLGİN'in aile hekimliği uzmanı olduğu ve afişte yazılı olan işlemlerden "*Plastik ve Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi*" alanında yetkisinin bulunmadığı, ayrıca söz konusu şahsın Getat Ünitesi Yetki Belgesi'nin olmadığı, ek olarak bahsi geçen hastane adına düzenlenen Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Ünitesi Yetki Belgesi ile hastaneye uygulama izni verilen sağlık hizmeti alanları arasında mezoterapi ve PRP uygulamalarının yer almadığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu afişte "*Özel Aktif Güzellik... Botoks, dolgu, saç ve yüz PRP, mezoterapi, gençlik aşısı, altın iğne secret, fraksiyonel lazer, göz altı ışık dolgusu Dr.Hatice BİLGİN*" şeklinde ifadelerin yer aldığı, söz konusu tanıtımlarda ismi geçen Dr. Hatice BİLGİN'in aile hekimliği uzmanı olduğu ve afişte yazılı olan işlemlerden "*Plastik ve Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi*" alanında yetkisinin bulunmadığı, ayrıca söz konusu şahsın Getat Ünitesi Yetki Belgesi'nin de olmadığı, dolayısıyla inceleme konusu afişte

söz konusu şahsın uzmanlık alanları dışındaki birtakım tıbbi yöntemlerin ismi sayılarak tanıtım yapıldığı, ek olarak bahsi geçen hastane adına düzenlenen Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Ünitesi Yetki Belgesi ile hastaneye uygulama izni verilen sağlık hizmet alanları arasında mezoterapi ve PRP uygulamalarının yer almadığı, dolayısıyla tüm bu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, yanlış yönlendirici, yetkisiz olarak sunulan sağlık hizmetlerine yönelik, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 10 uncu maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8 inci maddesi,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği'nin 60 ıncı 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 ve 5/1-g maddeleri,

-Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 9/1 ve 12/1 maddeleri ile Ek-3 Bölümünün 10 ve 11 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 **Reon Sağlık Hizmetleri İnşaat Turizm Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi (Özel Aktif Hastanesi)** 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.

97)

Dosya No: 2024/4648

Şikayet Edilen: Mustafa Melih DEMİRBÜKEN

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya mecrasında, şahsa ait "dr.melih" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar ile "melihdemirbuken.com" adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 12.03.2024, 19.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu Instagram isimli sosyal medya mecrasında, "dr.melih" isimli hesap ismi kullanılarak yayımlanan tanıtımların 12.03.2024 tarihli görünümünde, "Güzel bir sona daha ulaşmış bulunuyoruz.", "Hafif kavisli ama doğal", "yine zorlu bir burundu... En iyi seviyeye getirdik." ifadelerine, tanıtımların 19.03.2024 tarihli görünümünde, "Güzel bir değişim için ilk adımı attık. Şimdi sıra güzel bir iyileşmede..." gibi ifadelere, medikal estetik işlemleri esnasında ameliyathane görüntülerine ve öncesi sonrası hasta görüntülerine yer verildiği, söz konusu görüntüler üzerinde görüntülere ışıltı efekti verilmesi gibi sonradan teknolojik değişiklik yapıldığı, tanıtımların 12.03.2024 görünümünde, "Maşallah", "Ohaaa evrim geçirmiş. Bambaşka biri olmuş. Çok naif bir yüz olmuş. Bravo hocam. Çok güzel iş şahane sonuç.", "Elinize sağlık. Ameliyata girmek cesaret işi ben korkardım.", "Ellerine sağlık...", "Nasıl bir başarı elimize sağlık hocam süper olmuş", "Bravo hocam.", "Mükemmel olmuş yine. Maşallah.", "Harika olmuş. Elinize sağlık. Benim de böyle orijinal oldu. Herkese sizi tavsiye ederim.", "Harikasınız hocam harika." ve tanıtımların 19.03.2024 tarihli görünümünde "Doktorum yine süper bir iş çıkarmışsınız ellerinize sağlık.", "Her zamanki gibi mükemmel", "Sizi çok beğeniyorum hocam. Ellerinize sağlık." gibi hasta yorumlarına yer verildiği, "melihdemirbuken.com" adresli internet sitesinin 12.03.2024 tarihli görünümünde, "Gerçekten çok başarılı çok iyi bir doktor. Herkese tavsiye ederim...", "Kişiliği ve hekimliği tartışılmaz.", "Melih Bey 2021'de burun ameliyatımı yaptı. Kendisi çok ilgili ve başarılı. Ameliyat sonrasındaki sonuçtan mutluydum, bir yıl geçti üzerinden. Şu anda da sonucumdan çok memnunum." gibi hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu Instagram isimli sosyal medya mecrasında "dr.melih" isimli hesap ismi kullanılarak yayımlanan tanıtımların 12.03.2024 tarihli görünümünde, "Güzel bir sona daha ulaşmış bulunuyoruz.", "Hafif kavisli ama doğal", "yine zorlu bir burundu... En iyi seviyeye getirdik." ifadelerine, tanıtımların 19.03.2024 tarihli görünümünde, "Güzel bir değişim için ilk adımı attık. Şimdi sıra güzel bir iyileşmede..." gibi talep yaratıcı ifadelere, medikal estetik işlemleri esnasında ameliyathane görüntülerine ve öncesi sonrası hasta görüntülerine yer verildiği, söz konusu görüntüler üzerinde sonradan teknolojik değişiklik yapıldığı, (görüntülere ışıltı efekti verilmesi gibi), tanıtımların 12.03.2024 görünümünde, "Maşallah", "Ohaaa evrim geçirmiş. Bambaşka biri olmuş. Çok naif bir yüz olmuş. Bravo hocam. Çok güzel iş şahane sonuç.", "Elinize sağlık. Ameliyata girmek cesaret işi ben korkardım.", "Ellerine sağlık...", "Nasıl bir başarı elimize sağlık hocam süper olmuş", "Bravo hocam.", "Mükemmel olmuş yine. Maşallah.", "Harika olmuş. Elinize sağlık. Benim de böyle orijinal oldu. Herkese sizi tavsiye ederim.", "Harikasınız hocam harika." ve tanıtımların 19.03.2024 tarihli görünümünde "Doktorum yine süper bir iş çıkarmışsınız ellerinize sağlık.", "Her zamanki gibi mükemmel", "Sizi çok beğeniyorum hocam. Ellerinize sağlık." gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

"melihdemirbuken.com" adresli internet sitesinin 12.03.2024 tarihli görünümünde, "Gerçekten çok başarılı çok iyi bir doktor. Herkese tavsiye ederim...", "Kişiliği ve hekimliği tartışılmaz.", "Melih Bey 2021'de burun ameliyatımı yaptı. Kendisi çok ilgili ve başarılı. Ameliyat sonrasındaki sonuçtan mutluydum, bir yıl geçti üzerinden. Şu anda da sonucumdan çok memnunum." gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

Tüm bu tanıtımların hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınıırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 29 uncu maddesi,
- 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-e, 7/1-f ve 7/1-g 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 **Mustafa Melih DEMİRBÜKEN** 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.

98)

Dosya No: 2024/3824

Şikayet Edilen: Yusuf TAŞ

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya mecrasında, şahsa ait "clinifacealanya" isimli hesap üzerinden üzerinden yayımlanan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 27.10.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu Instagram isimli sosyal medya mecrasında, "clinifacealanya" isimli hesap ismi kullanılarak yayımlanan tanıtımların 27.10.2023 tarihli görünümünde, "Tüm medikal estetik uygulamalar için...", "#burundolgusu, #esthetic, #medikalestetik, #fillers, #lipfiller, #mesotherapy, #mezoterapi, #medikalestetik, #medcalaesthetics, #masseterbotox, #botoks, #dolgu, #jawline, #jawlinedolgu, #çenedolgusu, #ozontedavisi", "Burun dolgusu, masseter botoks uygulaması, jawline dolgu uygulaması" gibi bahsi geçen doktorun uzmanlık alanı dışındaki birtakım tıbbi yöntemlerin isminin sayıldığı ve bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yönelik paylaşımların yapıldığı, fakat bahsedilen şahsa ait Sağlık Bakanlığınca inceleme konusu tanıtımların paylaşıldığı tarihte onaylanmış herhangi bir GETAT Ünitesi Yetki Belgesi ve Sağlık Bakanlığınca tescil edilmiş Medikal Estetik Sertifikasının bulunmadığı, buna ek olarak tanıtımların aynı tarihli görünümünde, "Kasım ayı itibariyle uygulamak zorunda olacağımız fiyat değişikliğinden önce..." gibi cümlelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu Instagram isimli sosyal medya mecrasında "clinifacealanya" isimli hesap ismi kullanılarak yayımlanan tanıtımların 27.10.2023 tarihli görünümünde, "Tüm medikal estetik uygulamalar için...", "#burundolgusu, #esthetic, #medikalestetik, #fillers, #lipfiller, #mesotherapy, #mezoterapi, #medikalestetik, #medcalaesthetics, #masseterbotox, #botoks, #dolgu, #jawline, #jawlinedolgu, #çenedolgusu, #ozontedavisi", "Burun dolgusu, masseter botoks uygulaması, jawline dolgu uygulaması" gibi bahsi geçen doktorun uzmanlık alanı dışındaki birtakım tıbbi yöntemlerin isminin sayıldığı ve bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yönelik paylaşımların yapıldığı, fakat bahsedilen şahsa ait Sağlık Bakanlığınca inceleme konusu tanıtımların paylaşıldığı tarihte onaylanmış herhangi bir GETAT Ünitesi Yetki Belgesi ve Sağlık Bakanlığınca tescil edilmiş Medikal Estetik Sertifikasının bulunmadığı, buna ek olarak tanıtımların aynı tarihli görünümünde, "Kasım ayı itibariyle uygulamak zorunda olacağımız fiyat değişikliğinden önce..." gibi cümlelerle hekimlik mesleğini sürdüren şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan nitelikte, talep yaratmaya yönelik ve dolayısıyla "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 8, 10 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 ve 30 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-e, 5/1-g, 5/2 ve 7/1-g maddeleri,
- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 9/1 ve 12/1 maddeleri ile Ek-3 Bölümünün 10 ve 13 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 **Yusuf TAŞ** 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.

99)

Dosya No: 2024/2878

Şikayet Edilen: Murat IŞIKLI

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya mecrasında, şahsa ait "med_angel_clinic" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar, Google isimli arama motorunda "Murat IŞIKLI" adına yapılan tanıtımlar ile "https://www.doktorsitesi.com" adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 17.10.2023, 25.10.2023

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Söz konusu şahsa ait *"Kuşkavağı Mah. 563 Sok. No:73/4 Konyaaltı / ANTALYA"* adresinde faaliyet göstermekte olan kuruluşun bir *"muayenehane"* olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın, <https://www.doktorsitesi.com> adresli internet sitesinin 17.10.2023 tarihli görünümünde, şahsa ait muayenehanenin, ruhsatnamede yazılı isminin dışında, *"Med Angel Clinic"* ismiyle tanıtıldığı, ayrıca, söz konusu tanıtımlarda, *"Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp botoks (baby botoks, migren, masseter, mezobotoks), dolgu (dudak, yüz, yanak, elmacık, orta yüz, çene, jawline dolguları, göz altı ışık dolgusu), ozon tedavisi"* gibi şahsın uzmanlık alanları dışındaki birtakım tıbbi yöntemlerin isminin sayıldığı, ayrıca *"Çok profesyonel yaklaşım ve ilgi vardı çok memnun kaldım."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği, yine Instagram isimli sosyal medya mecrasında *"med_angel_clinic"* isimli hesap ismi kullanılarak yayımlanan tanıtımların 17.10.2023 tarihli görünümünde, *"ip askısı, botoks", "dudak dolgusu + elmacık kemiği dolgusu ve botoks uygulamamız"* gibi yetkisiz birtakım tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak, bu işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yönelik paylaşımların yapıldığı, buna ek olarak *"Kliniğimiz güzelliğiniz ve sağlığınız için çeşitli prosedürler sunar. (...) Hizmetimizde yüksek kaliteli ürünler kullanıyoruz."* gibi cümlelere, öncesi sonrası hasta görüntülerine ve tıbbi girişim esnasında görüntülere yer verildiği, ayrıca Google arama motorunda söz konusu şahsın adıyla yapılan aramaların 25.10.2023 tarihli görünümünde, *"Antalya Hacamat, Ozon, Botoks Dr. Murat Işıklı"* gibi sonuçların elde edildiği, fakat bahsedilen şahsa ait Sağlık Bakanlığınca onaylanmış herhangi bir GETAT Ünitesi Yetki Belgesi ve Sağlık Bakanlığınca tescil edilmiş Medikal Estetik Sertifikasının bulunmadığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu şahsın Sağlık Bakanlığınca geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları alanında yetkilendirilmediği ve *"Kuşkavağı Mah. 563 Sok. No:73/4 Konyaaltı / ANTALYA"* adresinde faaliyet göstermekte olan kuruluşun bir *"muayenehane"* olarak ruhsatlandırıldığı, buna karşın <https://www.doktorsitesi.com> adresli internet sitesinin 17.10.2023 tarihli görünümünde, şahsa ait muayenehanenin, ruhsatnamede yazılı isminin dışında, *"Med Angel Clinic"* ismiyle tanıtıldığı, ayrıca, söz konusu tanıtımlarda, *"Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp botoks (baby botoks, migren, masseter, mezobotoks, dolgu (dudak, yüz, yanak, elmacık, orta yüz, çene, jawline dolguları, göz altı ışık dolgusu), ozon tedavisi"* gibi şahsın uzmanlık alanının dışındaki birtakım tıbbi yöntemlerin isminin sayıldığı, ayrıca *"Çok profesyonel yaklaşım ve ilgi vardı çok memnun kaldım."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği, yine, Instagram isimli sosyal medya mecrasında *"med_angel_clinic"* isimli hesap ismi kullanılarak yayımlanan tanıtımların 17.10.2023 tarihli görünümünde, *"ip askısı, botoks", "dudak dolgusu + elmacık kemiği dolgusu ve botoks uygulamamız"* gibi yetkisiz birtakım tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak, bu işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yönelik paylaşımların yapıldığı, buna ek olarak *"Kliniğimiz güzelliğiniz ve sağlığınız için çeşitli prosedürler sunar. (...) Hizmetimizde yüksek kaliteli ürünler kullanıyoruz."* gibi talep yaratıcı cümlelere, öncesi sonrası hasta görüntülerine ve tıbbi girişim esnasında görüntülere yer verildiği, ayrıca Google arama motorunda söz konusu şahsın adıyla yapılan aramaların 25.10.2023 tarihli görünümünde, *"Antalya Hacamat, Ozon, Botoks Dr. Murat Işıklı"* gibi sonuçların elde edildiği, fakat bahsedilen şahsa ait Sağlık Bakanlığınca onaylanmış herhangi bir GETAT Ünitesi Yetki Belgesi ve Sağlık Bakanlığınca tescil

edilmiş Medikal Estetik Sertifikasının bulunmadığı, dolayısıyla tüm bu tanıtların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, yanlış yönlendirici, yetkisiz olarak sunulan sağlık hizmetlerine yönelik, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 8, 10 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 ve 30 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-e, 5/1-f, 5/1-g, 5/1-ı, 5/1-j, 5/2 ve 7/1-g maddeleri,

-Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 9/1 ve 12/1 maddeleri ile Ek-3 Bölümünün 13 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 **Murat IŞIKLI** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

100)

Dosya No: 2024/3739

Şikayet Edilen: Elvan AKGÜN (After Beauty Güzellik Salonu)

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya mecrasında "afterbeautytip" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar ile Tiktok isimli sosyal medya mecrasında "afterbeautytip" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 02.02.2024, 06.02.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Instagram isimli sosyal medya mecrasında, "afterbeautytip" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımların 02.02.2024 tarihli görünümünde, "...dudak vitamin ve şekillendirme işlemi ortalama 1 yıl kalıcıdır, kişiden kişiye kalıcılık değişmektedir. Bazılarında 8 ay kalırken bazılarında 16 aya kadar uzayabilir. Çünkü hyaluronik asit vitamini özel bir cihaz ile dudak içine acısız olarak verilir. İşlem acısız olmasına rağmen işlem öncesi anestezi kremle uyuşturup işleme başlıyoruz. İstenilen ölçüde yapılabilir. 1 ml standart için geçerli olandır, ml'e göre fiyat artışı olur. 3 gün sıcak içmemeye dikkat edilmelidir. İşlem sonrası normal hayata devam edilebilir. 3 gün ödem ve morluk normal sayılır...", "#dudakgençleştirme, #dudakdolgusu, #dudakdolgusuistanbul, #hyaluronpen, #hyaluronpendolgueğitmeni, #estetik, #ipaskı, #iğnesizdudakdolgusu, #iğnesizdudakdolgusueğitimi, #mezoterapi, #ciltmezoterapi, #ciltmezoterapisi, #gençlikaşısı, #iğnesizmezoterapi, #dudakrenklendirme, #coldplazma, #coldplazmaistanbul, #coldplazmatürkiye, #ameliyatsızkarıngerme, #ameliyatsızyüzgerme, #ameliyatsızgözkapağıestetigi, #lips, #filler, #prp, #leketedavisi, #istanbulleketedavisi, #sivilcetedavisi, #aknetedavisi", "Beautytip şekillendirme işlemi detay için dm iletişime geçebilirsiniz.", "...vitamin ve şekillendirme işlemi...", "Doğum sonrası veya hızlı kilo alıp verme kaynaklı oluşan sarkma çatlak vb görüntülerden ameliyatsız bir şekilde kurtulabilirsiniz desem. Cold plazma işlemi plazmapen işlemi değildir", "Renklendirme kaynaklı asimetri vardı onu da düzeltceğiz sırası gelince. Vitamin şekillendirme işlemi sonucu...", "...Uygulama sırasında cilt yüzeyi üzerinde açılan mikro delikler sayesinde kullanılan tedavi ürünleri cilt altına kadar inebilmektedir. İşlem protokolü içerisinde bulunan ürün sıralaması cildi tedavi içeriklerle beraber gençleştirici, leke tedavi edici ya da akne kurutucu içerikler de içermekte ve bu sayede cilt için en uygun sonuçlar alınmaktadır. İşlem sonrasında kişinin ev devam tedavisi de oldukça önemlidir...", "...Cilt yüzeyinde açılan mikro deliklerden içeriye işlemesi sebebi ile işlem öncesinde cildi uyuşturmak doğru olmayacaktır." gibi tıbbi işlemlere ait ifadelerle yer verilerek bu işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, anılan tanıtımların 06.02.2024 tarihli görünümünde ise "Beautynose güzelliği peki..." ifadesi kullanılarak hastaların tıbbi işlem öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, Tiktok isimli sosyal medya mecrasında "afterbeautytip" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 06.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "Siz de 10 yaş geri gitmek ister misiniz? Beautytip vitamin ve şekillendirme işlemi ortalama 1 yıl kalıcıdır, kişiden kişiye kalıcılık dağıtılmış...", "Beautytip dudak vitamini ve şekillendirme işlemi ortalama 1 yıl kalıcıdır, kişiden kişiye kalıcılık verilmiş...", "#dudakgençleştirme, #iğnesizdolgu, #iğnesizdudakvitamini" gibi ifadelerle yer verilerek söz konusu tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı ve söz konusu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram isimli sosyal medya mecrasında "afterbeautytip" isimli hesap adıyla yayımlanan tanıtımların 02.02.2024 tarihli görünümünde, "...dudak vitamin ve şekillendirme işlemi ortalama 1 yıl kalıcıdır, kişiden kişiye kalıcılık değişmektedir. Bazılarında 8 ay kalırken bazılarında 16 aya kadar uzayabilir. Çünkü hyaluronik asit vitamini özel bir cihaz ile dudak içine acısız olarak verilir. İşlem acısız olmasına rağmen işlem öncesi anestezi kremle uyuşturup işleme başlıyoruz. İstenilen ölçüde yapılabilir. 1 ml standart için geçerli olandır, ml'e göre fiyat artışı olur. 3 gün sıcak içmemeye dikkat edilmelidir. İşlem sonrası normal hayata devam edilebilir. 3 gün ödem ve morluk normal sayılır...", "#dudakgençleştirme, #dudakdolgu, #dudakdolguistanbul, #hyoluronpen, #hyoluronpendolgueğitmeni, #estetik, #ipaskı, #iğnesizdudakdolgu, #iğnesizdudakdolguesueğitimi, #mezoterapi, #ciltmezoterapi, #ciltmezoterapisi, #gençlikaşısı, #iğnesizmezoterapi, #dudakrenklendirme, #coldplazma, #coldplazmaistanbul, #coldplazmatürkiye, #ameliyatsızkarıngerme, #ameliyatsızyüzgerme, #ameliyatsızgözkapağıestetigi, #lips, #filler, #prp, #leketedavisi, #istanbulleketedavisi, #sivilcetedavisi, #aknetedavisi", "Beautytip şekillendirme işlemi detay için dm iletişime geçebilirsiniz.", "...vitamin ve şekillendirme işlemi...", "Doğum sonrası veya hızlı kilo alıp verme kaynaklı oluşan sarkma çatlak vb görüntülerden ameliyatsız bir şekilde kurtulabilirsiniz desem. Cold plazma işlemi plazmapen işlemi değildir", "Renklendirme kaynaklı asimetri vardı onu da düzeltereğiz sırası gelince. Vitamin şekillendirme işlemi sonucu...", "...Uygulama sırasında cilt yüzeyi üzerinde açılan mikro delikler sayesinde kullanılan tedavi ürünleri cilt altına kadar inebilmektedir. İşlem protokolü içerisinde bulunan ürün sıralaması cildi tedavi içeriklerle beraber gençleştirici, leke tedavi edici ya da akne kurutucu içerikler de içermekte ve bu sayede cilt için en uygun sonuçlar alınmaktadır. İşlem sonrasında kişinin ev devam tedavisi de oldukça önemlidir...", "...Cilt yüzeyinde açılan mikro deliklerden içeriye işlemesi sebebi ile işlem öncesinde cildi uyuşturmak doğru olmayacaktır." gibi tıbbi işlemlere ait ifadelere yer verilerek bu işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, anılan tanıtımların 06.02.2024 tarihli görünümünde ise "Beautynose güzelliği peki..." ifadesi kullanılarak hastaların tıbbi işlem öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, Tiktok isimli sosyal medya mecrasında "afterbeautytip" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 06.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "Siz de 10 yaş geri gitmek ister misiniz? Beautytip vitamin ve şekillendirme işlemi ortalama 1 yıl kalıcıdır, kişiden kişiye kalıcılık dağıtılmış...", "Beautytip dudak vitamini ve şekillendirme işlemi ortalama 1 yıl kalıcıdır, kişiden kişiye kalıcılık verilmiş...", "#dudakgençleştirme, #iğnesizdolgu, #iğnesizdudakvitamini" gibi ifadelere yer verilerek söz konusu tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı ve söz konusu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği,

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 ruhsatlandırılacağı 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,

Bu bağlamda, sağlık alanında ruhsatlandırılmamış olan söz konusu iş yerine ait tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak sağlık alanında hizmet verildiği yönünde izlenim uyandırıldığı, söz konusu tanıtımlarda ismi sayılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, 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 maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31/1-a, 31/1-b 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,

-Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 9/1 ve12/1 maddeleri ile Ek-3 Bölümünün 10 ve 11 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elvan AKGÜN (After Beauty 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.

101)

Dosya No: 2024/3695

Şikayet Edilen: Tülin Güzellik ve Kozmetik Ürünleri Ticaret Limited Şirketi (Tülin Güzellik Salonu)

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya mecrasında "tulin_merkezi" ve Facebook isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "Tülin Güzellik Merkezi" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar ile "tulincosmetic.com" adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 19.12.2023, 20.12.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu olan "tulincosmetic.com" adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımların 19.12.2023 tarihli görünümünde, "Altın ipliklerle yüz germe. İple yüz germe minimal invaziv olacak şekilde tasarlandığından geleneksel yüz germeye cerrahi olmayan bir alternatiftir.", "Örümcek ağıyla cilt sıkılaştırma. Örümcek ağı şekli ince uçlu iğneler yardımıyla ciltte küçük kesikler açılarak ...", "...yüz ve vücut mezoterapisi, mezoterapi ile saç ve yüz...", "Botoks, kas hareket ettiğinde ortaya çıkan ve bu hareket durduğunda kaybolan kırışıklıklar olan motor kırışıklıkları tedavi eder...", "Saçlar için plazma, trombosit açısından zengin plazma enjeksiyonu, kafa derisini temel bileşenler olarak kabul edilen protein ve kolajen üretimesi için uyarır.", "Akne tedavisi, dermapen", "Meso saç dökülmesi tedavisi. Mezoterapi enjeksiyonları kullanılarak saçların tedavi edilmesi, saçları etkileyen sorunların tedavisinde kullanılan en popüler modern yöntemlerden biri olarak kabul edilmektedir.", "Glutasyon cilt aydınlatması. Glutasyon beyazlatma iğneleri...", "Zayıflama mezoterapisi. Bu maddeler enjeksiyon bölgesindeki yağ yakma ve parçalama mekanizmalarını harekete geçirerek mezoterapiyi sarkma ve selülitlerden kurtulmak için ideal bir yöntem haline getirir.", "Zayıflama mezoterapisi sarkmalardan ve selülitlerden hızlı bir şekilde kurtulmanın ideal bir yoludur...", "Dolgu, ciltte meydana gelen kusurlardan kurtulmaya çalıştığı için vücudun bir kısmına yönelik kozmetik bir tedavidir ve yüzün doğal dolgunluğunun geri kazanılmasında önemli role sahiptir.", "Cilt için plazma en yeni cilt bakım tedavilerinden biri...", "Lazer dövme silme. Lazer ışınları dövme pigmentlerini çıkarmak için kullanılır ve ciltte çok kısa bir NATO ikinci lazer darbesi ürettiği için modern bir yöntem olarak kabul edilir.", "Lipo lazer, lipo cihazı kullanılarak lazerle yağ eritme teknoloji...", "Karbon peeling birçok cilt problemini çözen en etkili kozmetik tedavilerden biri olarak kabul edilir ve ölü hücrelerin ciltten atılmasına yardımcı olur.", Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "tulin_merkezi" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 20.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "Seçkin kadın kadrosuyla cilt sorunlarının tedavisi ve güzellik bakımı için Tulane Center'da ameliyatsız estetik cerrahi.", "Tülin Güzellik Merkezi" gibi ifadelere yer verildiği, Facebook isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "Tülin Güzellik Merkezi" isimli hesaplar üzerinden

yayımlanan tanıtımların 20.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Tulane Güzellik Merkezi, cilt problemlerini tedavi etmek ve güzellik bakımı için en son ekipmanlarla donatılmıştır; lazer, dolgu maddeleri, ipler..."* *Yerma Ben Alike ve saçları güçlendiren veya cildi temizleyen plazma elimizde.*", *"Sizde cildi sıkılaştırmak için 4 iplik, bizde ise botoks..."* gibi ifadelerle yer verilerek söz konusu tıbbi işlemin tanıtımlarının yapıldığı ve söz konusu tıbbi işlemin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, tanıtımların aynı tarihli görünümünde, *"Tulane ile Pembe Cuma indirimi..."*, *"Efsane Cuma 20%"*, *"Masaj hariç tüm hizmet ve ürünlerde %20 indirim. Not: Kampanya 30.11.2023 tarihine kadar geçerlidir."*, *"Botoks fiyatı 2200 TL"* şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı, bununla birlikte, sözü edilen tanıtımlarda anılan işletmenin *"Tülin Güzellik Merkezi"* olarak isimlendirilerek söz konusu kuruluşun güzellik merkezi unvanıyla tanıtıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; *"tulincosmetic.com"* adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımların 19.12.2023 tarihli görünümünde, *"Altın ipliklerle yüz germe. İple yüz germe minimal invaziv olacak şekilde tasarlandığından geleneksel yüz germeye cerrahi olmayan bir alternatiftir."*, *"Örümcek ağıyla cilt sıkılaştırma. Örümcek ağı şekli ince uçlu iğneler yardımıyla ciltte küçük kesikler açılarak ..."*, *"...yüz ve vücut mezoterapisi, mezoterapi ile saç ve yüz..."*, *"Botoks, kas hareket ettiğinde ortaya çıkan ve bu hareket durduğunda kaybolan kırışıklıklar olan motor kırışıklıkları tedavi eder..."*, *"Saçlar için plazma, trombosit açısından zengin plazma enjeksiyonu, kafa derisini temel bileşenler olarak kabul edilen protein ve kolajen üretimi için uyarır."*, *"Akne tedavisi, dermapen"*, *"Meso saç dökülmesi tedavisi. Mezoterapi enjeksiyonları kullanılarak saçların tedavi edilmesi, saçları etkileyen sorunların tedavisinde kullanılan en popüler modern yöntemlerden biri olarak kabul edilmektedir."*, *"Glutasyon cilt aydınlatması. Glutasyon beyazlatma iğneleri..."*, *"Zayıflama mezoterapisi. Bu maddeler enjeksiyon bölgesindeki yağ yakma ve parçalama mekanizmalarını harekete geçirerek mezoterapiyi sarkoma ve selülitlerden kurtulmak için ideal bir yöntem haline getirir."*, *"Zayıflama mezoterapisi sarkmalardan ve selülitlerden hızlı bir şekilde kurtulmanın ideal bir yoludur..."*, *"Dolgu, ciltte meydana gelen kusurlardan kurtulmaya çalıştığı için vücudun bir kısmına yönelik kozmetik bir tedavidir ve yüzün doğal dolgunluğunun geri kazanılmasında önemli role sahiptir."*, *"Cilt için plazma en yeni cilt bakım tedavilerinden biri..."*, *"Lazer dövme silme. Lazer ışınları dövme pigmentlerini çıkarmak için kullanılır ve ciltte çok kısa bir NATO ikinci lazer darbesi ürettiği için modern bir yöntem olarak kabul edilir."*, *"Lipo lazer, lipo cihazı kullanılarak lazerle yağ eritme teknolojisi..."*, *"Karbon peeling birçok cilt problemini çözen en etkili kozmetik tedavilerden biri olarak kabul edilir ve ölü hücrelerin ciltten atılmasına yardımcı olur."*, Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait *"tulincosmetic"* isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 20.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Seçkin kadın kadrosuyla cilt sorunlarının tedavisi ve güzellik bakımı için Tulane Center'da ameliyatsız estetik cerrahi."*, *"Tülin Güzellik Merkezi"* gibi ifadelerle yer verildiği, Facebook isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait *"Tülin Güzellik Merkezi"* isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımların 20.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Tulane Güzellik Merkezi, cilt problemlerini tedavi etmek ve güzellik bakımı için en son ekipmanlarla donatılmıştır; lazer, dolgu maddeleri, ipler..."* *Yerma Ben Alike ve saçları güçlendiren veya cildi*

temizleyen plazma elimizde.", "Sizde cildi sıkılaştırmak için 4 iplik, bizde ise botoks..." gibi ifadelerle yer verilerek söz konusu tıbbi işlemin tanıtımlarının yapıldığı ve söz konusu tıbbi işlemin uygulandığı hastaların öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, tanıtımların aynı tarihli görünümünde, "Tulane ile Pembe Cuma indirimi...", "Efsane Cuma 20%", "Masaj hariç tüm hizmet ve ürünlerde %20 indirim. Not: Kampanya 30.11.2023 tarihine kadar geçerlidir.", "Botoks fiyatı 2200 TL" şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı, bununla birlikte, sözü edilen tanıtımlarda işletmenin "Tülin Güzellik Merkezi" olarak isimlendirilerek kuruluşun güzellik merkezi unvanıyla tanıtıldığı,

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 belirtilmesinin gerektiği,

Bu bağlamda, sağlık alanında ruhsatlandırılmamış olan söz konusu iş yerine ait tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak sağlık alanında hizmet verildiği yönünde izlenim uyandırıldığı, söz konusu tanıtımlarda ismi sayılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, 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 maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31/1-a, 31/1-b 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,

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 9/1, 12/1 maddeleri ile Ek-3 Bölümünün 10 uncu 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, 7/5-g, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tülin Güzellik ve Kozmetik Ürünleri Ticaret Limited Şirketi (Tülin 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.

102)

Dosya No: 2024/3557

Şikayet Edilen: Viktoriya FROLOVA BÜLBÜL (Victoriaderm Estetik Güzellik Salonu)

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal medya mecrasında "victoriaderm_estetik", Facebook isimli sosyal medya mecrasında "Victoriaderm Estetik" ve Youtube isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "Victoriaderm Estetik" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 13.12.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Facebook isimli sosyal medya mecrasında "Victoriaderm Estetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 13.12.2023 tarihli görünümünde, "#antalyaestetik, #antalyadudakdolgusu, Dermapen+prp uygulaması, dermapen uygulaması, gençlik aşısı, soğuk lipoliz, cool shape, selülit tedavisi", "Prp uygulaması gençleşmenin en doğal yöntemi...", "Massetr botox artık dış sıkma derdiniz kalmazın.", "Herkes cilt bakımı yapar ama her klinik ya da uzman medikal cilt bakımı...", "Gençlik serumu ile zamanı geri döndürmek mümkündür." gibi ifadelerle yer verilerek söz konusu tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı ve bahsi geçen tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yer verildiği, "Yılbaşı kampanyamızı kaçırmayın. Yeni yıla fazlalıklarımızdan kurtularak girmeye ne dersiniz? 3 cihaz 3 işlem tek fiyat. Orijinal cool shaping.

Soğuk lipoliz klinik sonuçları kanıtlanmış bilinen en başarılı bölgesel incelme yöntemidir. @dr.victoriafrolova Doktor kontrolünde analiz ve ön görüşme için merkezimize bekliyoruz.", "Kampanyalarımız başlamıştır.", "14 Şubat özel dolgu yaptırana gençlik aşısı hediye..." şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı, Youtube isimli sosyal medya mecrasında "Victoriaderm Estetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 13.12.2023 tarihli görünümünde, "Victoriaderm estetik cool shaping" gibi ifadeler ve tıbbi girişim esnasında görüntülere yer verildiği, Instagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "victoriaderm_estetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 13.12.2023 tarihli görünümünde, "Botox, dolgu, mezoterapi, prp, saç tedavisi, soğuk lipoliz, cilt&leke tedavisi, örümcek ağ, dudak dolgusu" gibi ifadeler yer verilerek tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, sözü edilen tanıtımlarda anılan şahsın "@dr.victoriafrolova" şeklinde ifade edilerek doktor unvanıyla tanıtıldığı, ayrıca anılan tanıtımlarda kuruluşun isimlendirmesinde "estetik" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Facebook isimli sosyal medya mecrasında "Victoriaderm Estetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 13.12.2023 tarihli görünümünde, "#antalyaestetik, #antalyadudakdolgusu, Dermapen+prp uygulaması, dermapen uygulaması, gençlik aşısı, soğuk lipoliz, cool shape, selülit tedavisi", "Prp uygulaması gençleşmenin en doğal yöntemi...", "Massetr botox artık diş sıkma derdiniz kalmadır.", "Herkes cilt bakımı yapar ama her klinik ya da uzman medikal cilt bakımı...", "Gençlik serumu ile zamanı geri döndürmek mümkündür." gibi ifadeler yer verilerek söz konusu tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı ve bahsi geçen tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yer verildiği, "Yılbaşı kampanyamızı kaçırmayın. Yeni yıla fazlalıklarımızdan kurtularak girmeye ne dersiniz? 3 cihaz 3 işlem tek fiyat. Orijinal cool shaping. Soğuk lipoliz klinik sonuçları kanıtlanmış bilinen en başarılı bölgesel incelme yöntemidir. @dr.victoriafrolova Doktor kontrolünde analiz ve ön görüşme için merkezimize bekliyoruz.", "Kampanyalarımız başlamıştır.", "14 Şubat özel dolgu yaptırana gençlik aşısı hediye..." şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı, Youtube isimli sosyal medya mecrasında "Victoriaderm Estetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 13.12.2023 tarihli görünümünde, "Victoriaderm estetik cool shaping" gibi ifadeler ve tıbbi girişim esnasında görüntülere yer verildiği, Instagram isimli sosyal medya mecrasında kuruluşa ait "victoriaderm_estetik" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 13.12.2023 tarihli görünümünde, "Botox, dolgu, mezoterapi, prp, saç tedavisi, soğuk lipoliz, cilt&leke tedavisi, örümcek ağ, dudak dolgusu" gibi ifadeler yer verilerek tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, sözü edilen tanıtımlarda anılan şahsın "@dr.victoriafrolova" şeklinde ifade edilerek doktor unvanıyla tanıtıldığı, ayrıca anılan tanıtımlarda kuruluşun isimlendirmesinde "estetik" ifadesine yer verildiği,

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 ruhsatlandırılacağı 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,

Bu bağlamda, sağlık alanında ruhsatlandırılmamış olan söz konusu iş yerine ait tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak sağlık alanında hizmet verildiği yönünde izlenim uyandırıldığı, söz konusu tanıtımlarda ismi sayılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, 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 maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31/1-a, 31/1-b 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,

-Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 9/1, 12/1 maddeleri ile Ek-3 Bölümünün 10 ve 11 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Viktoriya FROLOVA BÜLBÜL (Victoriaderm Estetik 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.

103)

Dosya No: 2024/3683

Şikayet Edilen: Semra ALTUNKAYA (Semra Altunkaya Güzellik Salonu)

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

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 26.12.2023

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: İnceleme konusu tanıtımların 26.12.2023 tarihli görünümünde, "*#nazolabialcizgiler, #nazolabial, #ciltgençleştirme, #değişim, #dudak*" gibi ifadeler kullanılarak hastaların tedavi öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, ayrıca sözü edilen tanıtımlarda "*Semra Altunkaya Bakırköy Güzelliğın Merkezi*" ifadesiyle bahsi geçen kuruluşun güzellik merkezi unvanıyla tanıtıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram isimli sosyal medya mecrasında "*semraaltunkayabakirkoy*" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 26.12.2023 tarihli görünümünde, "*#nazolabialcizgiler, #nazolabial, #ciltgençleştirme, #değişim, #dudak*" gibi ifadeler kullanılarak hastaların tedavi öncesi sonrası görüntülerine yer verildiği, ayrıca sözü edilen tanıtımlarda "*Semra Altunkaya Bakırköy Güzelliğın Merkezi*" ifadesiyle bahsi geçen kuruluşun güzellik merkezi unvanıyla tanıtıldığı,

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 ruhsatlandırılacağı 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 belirtilmesinin gerektiği,

Bu bağlamda, sağlık alanında ruhsatlandırılmamış olan söz konusu iş yerine ait tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak sağlık alanında hizmet verildiği yönünde izlenim uyandırıldığı, söz konusu tanıtımlarda ismi sayılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, 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 maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31/1-a, 31/1-b 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, 7/5-g, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Semra ALTUNKAYA (Semra Altunkaya 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.

104)

Dosya No: 2024/2115

Şikayet Edilen: Dr. Zeliha Özen GÜÇLÜTÜRK

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

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 20.10.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait " drozengucluturk " kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2023 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, '*Botoks, dolgu, mezoterapi, genital estetik, ip askı, #dudak dolgusu, #dudakdolgusuantalya, #antalyadudakdolgusu, #botoxcapilar, #botoxfacial, #botoksuygulaması*' gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, bununla beraber inceleme konusu tanıtımlarda şahsın 'Medikal Estetik Tıp Doktoru' olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait " drozengucluturk " kullanıcı isimli sayfanın 20.10.2023 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, '*Botoks, dolgu, mezoterapi, genital estetik, ip askı, #dudak dolgusu, #dudakdolgusuantalya, #antalyadudakdolgusu, #botoxcapilar, #botoxfacial, #botoksuygulaması*' gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, bununla beraber inceleme konusu tanıtımlarda şahsın 'Medikal Estetik Tıp Doktoru' olarak tanıtıldığı,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda muayenehanelerinde '*Botoks, Dolgu, Mezoterapi, İp Askı*' gibi medikal estetik işlemlerin şahıs tarafından da 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 şahsın 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-ı, 5/2 ve 7 nci 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 **Dr. Zeliha Özen GÜÇLÜTÜRK** 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: 2024/2123

Şikayet Edilen: Dr. Nadir ÖZTÜRK

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait "Dr. Nadir ÖZTÜRK" başlıklı kartvizit ile şahsa ait poliklinik girişindeki tabelada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 13.02.2024

Yayınlandığı Mecra: Diğer (Kartvizit ve Tabela)

Tespitler: Şahsa ait "Dr. Nadir ÖZTÜRK" başlıklı kartvizitte "*Dr. Nadir ÖZTÜRK Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Hekimi Fitoterapi-Hacamat-Kupa Terapi, Mizaç Tayini, Holistik Tedavi, Konvansiyonel Tedavi*" gibi ifadeler ile şahsa ait poliklinik girişindeki tabelada, "*Dr. Nadir ÖZTÜRK Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Hekimi MSc Fitoterapi-Hacamat-Kupa Terapi*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait "Dr. Nadir ÖZTÜRK" başlıklı kartvizitte "*Dr. Nadir ÖZTÜRK Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Hekimi Fitoterapi-Hacamat-Kupa Terapi, Mizaç Tayini, Holistik Tedavi, Konvansiyonel Tedavi*" gibi ifadeler ile şahsa ait poliklinik girişindeki tabelada "*Dr. Nadir ÖZTÜRK Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Hekimi MSc Fitoterapi-Hacamat-Kupa Terapi*" ifadelerine yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda şahsa ait muayenehanede "*Fitoterapi*" hizmetinin sunulduğunun belirtildiği; ancak, adı geçen işlemin uygulanmasının yalnızca Sağlık Bakanlığınca

tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensupları tarafından Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde yapılabileceği ve söz konusu işlemle ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip tabipler tarafından yapılabileceği, dolayısıyla "*Fitoterapi*" gibi sertifikalı tabip ve diş tabiplerinin görev alanlarına giren hususlarda şahıs tarafından hizmet sunulduğu yönünde tanıtımlarda bulunulmasının tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu,

Bununla birlikte, "*Mizaç Tayini, Holistik Tedavi*" isimli bilimselliği kanıtlanmamış uygulamalarla tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen sorunların tedavisinin yapıldığı yönünde tanıtımlarda bulunulmasının da ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'da yer alan 'Tıpta Uzmanlık Ana Dalları ve Eğitim Sürelerine Dair Çizelge' başlıklı Ek-1 sayılı çizelgede 'Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Hekimi' adı ile düzenlenmiş bir uzmanlık ana dalı bulunmamasına rağmen, şahsın '*Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Hekimi*' ünvanı ile tanıtımlarda bulunulmasının 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 8, 10 ve 24 üncü 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-ç, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı 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,
- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 4/1, 9/1, 12/1, 13/1 ve Ek 3 üncü maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Nadir ÖZTÜRK** 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.

106)

Dosya No: 2024/2364

Şikayet Edilen: Uzm. Dr. İdil BAVBEK KARAKAYA

Şikayet Edilen Reklam: <https://eskisehirortodonti.net> adresli internet sitesi ile Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 05.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://eskisehirortodonti.net/> adresli internet sitesinin 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; '*Gülmek güzelleştirir*' gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dridilbavbek' kullanıcı isimli sayfanın 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*Hastamızın seçimi metal braketler oldu. Gülmek güzelleştirir...*' gibi ifadeler ile '*İdil hanıma tedavi olmadan önce toplum içinde gülmeye bile çekinirdim ama şimdi kahkaha atıyorum. Güler yüzü, hastalarla iletişimi ve mükemmel hekimliği sebebiyle düşünmeden ortodonti problemi olan herkese idil hanımı tavsiye ederim. Gerçekten çok iyi bir doktor herkese tavsiye ederim 3 yıldır tedavimiz sürüyor çok memnunum allah razı olsun kendisinden bize çok yardımcı oldu... Tavsiye ederim işinin uzmanı güler yüzlü çok iyi bir hanım hanımcık doktorumuz benim kızımın doktoruydu biz memnun kaldık eline emeğine sağlık idil hanım selamlar...*' gibi hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://eskisehirortodonti.net/> adresli internet sitesinin 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; '*Gülmek güzelleştirir*' gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dridilbavbek' kullanıcı isimli sayfanın 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*Hastamızın seçimi metal braketler oldu. Gülmek güzelleştirir...*' gibi ifadeler ile '*İdil hanıma tedavi olmadan önce toplum içinde gülmeye bile çekinirdim ama şimdi kahkaha atıyorum. Güler yüzü, hastalarla iletişimi ve mükemmel hekimliği sebebiyle düşünmeden ortodonti problemi olan herkese*

idil hanımı tavsiye ederim... Gerçekten çok iyi bir doktor herkese tavsiye ederim 3 yıldır tedavimiz sürüyor çok memnunum allah razı olsun kendisinden bize çok yardımcı oldu... Tavsiye ederim işinin uzmanı güler yüzlü çok iyi bir hanım hanımcık doktorumuz benim kızımın doktoruydu biz memnun kaldık eline emeğine sağlık idil hanım selamlar...' gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntüler ile sunulan hizmete yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 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-f, 5/1-g, 5/2 ve 7 nci 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 **Uzm. Dr. İdil BAVBEK KARAKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

107)

Dosya No: 2024/3177

Şikayet Edilen: Uzm. Dr. Güzin SAMAV SARI

Şikayet Edilen Reklam: Instagram isimli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 07.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.guzinsari" kullanıcı isimli sayfanın 07.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"sevgililer günü hediyeniz hazır değil mi? Birbirinden özel hediyeler ve kampanyalarımız için bizimle iletişime geçin...botoks uygulması yaptıran danışanlarımıza orta yüz gençlik aşısı hediye ayrıntılı bilgi ve randevu için 0545 425 27 19"* gibi ifadeler ile tıbbi cihaz görüntülerine yer verildiği ve inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "BC Klinik" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.guzinsari" kullanıcı isimli sayfanın 07.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"sevgililer günü hediyeniz hazır değil mi? Birbirinden özel hediyeler ve kampanyalarımız için bizimle iletişime geçin...botoks uygulması yaptıran danışanlarımıza orta yüz gençlik aşısı hediye ayrıntılı bilgi ve randevu için 0545 425 27 19"* gibi ifadeler ile tıbbi cihaz görüntülerine yer verildiği ve inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin "BC Klinik" olarak nitelendirildiği,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 30 uncu maddesinde yer alan *"Sağlık kuruluşunun tabelasına veya basılı evrakına; ruhsatlarında yer alan mevcut isim ve unvanları veya tescil edilmiş isimlerinin dışındaki diğer isim ve unvanları ile faaliyet izin belgesinde belirtilen uzmanlık dalları haricinde başka uzmanlık dalı yazılamaz."* hükmünde ayakta teşhis ve tedavi hizmeti sunan sağlık kuruluşlarının ruhsatlarında belirtilen isimlerinin dışında başka bir isim kullanamayacaklarının düzenlendiği,

Bu bağlamda, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminden farklı bir isim kullanılmasının 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, 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-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 5/1-i ve 5/2 nci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 29/1 ve 30/1 inci 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 **Uzm. Dr. Güzin SAMAV SARI** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

108)

Dosya No: 2024/1507

Şikayet Edilen: International Clinics Sağlık Turizm Anonim Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: <https://internationalclinics.com/tr/> isimli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 18.10.2023 ve 24.07.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: <https://internationalclinics.com/tr/> adresli internet sitesinin 18.10.2023 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *'Tıbbi Blog, Doktorlarımız, Operasyonlarımızın Sonuçları, Tıbbi Bölümler, Tüp Bebek, Oftalmoloji, Saç Ekimi, Dişçi, Obezite Ameliyatları, Kozmetik Cerrahi, Organ Nakli, Kadın Hastalıkları Ve Doğum, Göğüs Ameliyatı, Genel Cerrahi, Ortopedik Cerrahi, Tıbbi Güzellik Bakımları, İdrar Yolu, Bağımlılık Tedavisi, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon, Beyin Cerrahisi, Kardiyovasküler Cerrahi, Kulak Burun ve Boğaz, Pediatrik Ameliyat, Gastrointestinal Hastalıklar ve Ameliyatlar'* gibi başlıklara yer verildiği, ayrıca *'...yıldızlı hizmet. İman Hanım ve 5 Nour Hanım'a çok teşekkür ederim, yaklaşık bir ay önce kendileriyle koordinasyon sağlanarak,*

tarafımdan istenilen her şey resimli olarak kendilerine verildi. Neyin gerekli olduğunu belirlemek için uzman doktora danışıldı ve birden fazla öneri sunuldu sonucun aynı olması şartıyla hemen hemen her şey whatsapp aracılığıyla hiçbir ek ücret...elde ettiğimiz sonuçlar: aşağıdaki resimleri inceleyerek işlem öncesi ve sonrası karşılaştırma yaparak sonuçları öğrenebilirsiniz...rinoplasti, yüz güzelleştirme, göğüs estetiği ameliyatı liposuction, uyluk germe, brezilya kalça germe. Kadınların güzelleştirilmesi. Erkek güzelliği. Obezite. Tıbbi bölümler. Kadınların güzelleştirilmesi, estetik cerrahi, yaşlanma belirtilerinden kurtulmak, kırışıklık çizgilerinden kurtulmak, kırışıklık çizgilerini silmek, vücudun çekiciliğini çekici bir şekilde ortaya çıkaracak şekilde şekillendirme ve hatta daha genç görünmek için cildi sıkılaştırmak için kadınlar için bir çare haline geldi. En son teknolojilerin kullanılması ve doktorların seçkin uzmanlığı sayesinde kozmetik sonuçlar genellikle olumludur...' gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

Aynı adresli internet sitesinin 24.07.2024 tarihinde yer alan tanıtımlarda, 'Plastik cerrahi Türkiye'de cerrahi ve cerrahi olmayan tekniklerle fiziksel görünümü iyileştiren dönüştürücü prosedürler onlarca doktor sorularınızı yanıtlamaya hazır tıbbi danışmanlık bize ulaşın. Tıbbi tedaviler Tıbbi ve kozmetik hizmetler ve tedaviler hakkında daha fazla bilgi edinmek için tıklayın. Plastik Ameliyatlar, Saç Ekimi, Diş, Obezite Ameliyatları, Oftalmoloji, Test Tüpü Bebekler, Estetik Tedaviler, Ortopedi, Genel Cerrahi, Kadın Hastalıkları Ve Doğum, Organ Nakli... sayılarla hizmetlerimiz 63482+ tıbbi prosedür, 31216+ kozmetik prosedür, 117+ tıbbi uzmanlık alanı, 79654+ hasta... Doktorlarımız Dr. Gökmen Öztürk, Dr. Halil İbrahim Gökçek, Dr. Bilgehan İlker, Dr. Mustafa Karakaş... Tıbbi Tedaviler: Plastik Ameliyatlar Cerrahi ve cerrahi olmayan tekniklerle fiziksel görünümü iyileştiren dönüştürücü prosedürler...Saç Ekimi Saç köklerinin saçsız veya seyrelmiş bölgelere nakledilmesiyle saçların onarılmasına yönelik prosedür...Diş Ağız sağlığını ve estetiği iyileştirmeye yönelik prosedürlerin genel terimi...Obezite Ameliyatları Kilo kaybına yardımcı olmak ve obezite ile ilişkili koşulları iyileştirmek için cerrahi müdahaleler...Oftalmoloji Görme düzeltilmesi, katarakt cerrahisi ve glokom tedavisi dahil olmak üzere göz hastalıkları için tıbbi ve cerrahi bakım...Test Tüpü Bebekler (IVF) Bireylerin ve çiftlerin in vitro fertilizasyon yoluyla gebe kalmasına yardımcı olan yardımcı üreme teknolojisi...Estetik Tedaviler Botox, dolgu maddeleri ve lazer tedavileri dahil olmak üzere fiziksel görünümü arttırmayı amaçlayan cerrahi olmayan prosedürler...Ortopedi Kas-iskelet sistemi için kapsamlı bakım, kemikleri ve eklemleri etkileyen yaralanmalar ve durumlar için cerrahi dahil...Genel Cerrahi Karın organları, tiroid, fitiklar ve diğer genel tıbbi durumları ele alan çok çeşitli ameliyatlar...Kadın Hastalıkları ve Doğum Hamilelik, doğum ve jinekolojik bozukluklar dahil olmak üzere kadınların üreme sağlığı için bakım...Organ Nakli Hasarlı organları donörlerden sağlıklı olanlarla değiştirmek için hayat kurtarıcı ameliyatlar...Kulak, Burun ve Boğaz Kulak, burun, boğaz bozuklukları ve baş ve boynun ilgili yapıları için tedavi...Kardiyovasküler cerrahi Kalp ve kan damarları için ileri cerrahi tedaviler, kardiyovasküler sağlığı iyileştirir...Sinir cerrahisi Beyin, omurilik ve sinir sistemini etkileyen bozukluklar için cerrahi müdahaleler...Fizik tedavi ve rehabilitasyon Yaralanma, ameliyat veya kronik durumlardan kaynaklanan hareket ve işlevleri geri kazandıran programlar...' gibi ifadelerle yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin ‘International Clinics’ olarak belirtilerek ve ‘Doktorlarımız’ gibi ifadeler kullanarak kuruluşun bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; <https://internationalclinics.com/tr/> adresli internet sitesinin 18.10.2023 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, ‘*Tıbbi Blog, Doktorlarımız, Operasyonlarımızın Sonuçları, Tıbbi Bölümler, Tüp Bebek, Oftalmoloji, Saç Ekimi, Dişçi, Obezite Ameliyatları, Kozmetik Cerrahi, Organ Nakli, Kadın Hastalıkları Ve Doğum, Göğüs Ameliyatı, Genel Cerrahi, Ortopedik Cerrahi, Tıbbi Güzellik Bakımları, İdrar Yolu, Bağlımlılık Tedavisi, Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon, Beyin Cerrahisi, Kardiyovasküler Cerrahi, Kulak Burun ve Boğaz, Pediatrik Ameliyat, Gastrointestinal Hastalıklar ve Ameliyatlar*’ gibi başlıklara yer verildiği, ayrıca ‘...yıldızlı hizmet. İman Hanım ve 5 Nour Hanım’a çok teşekkür ederim, yaklaşık bir ay önce kendileriyle koordinasyon sağlanarak, tarafımdan istenilen her şey resimli olarak kendilerine verildi. Neyin gerekli olduğunu belirlemek için uzman doktora danışıldı ve birden fazla öneri sunuldu sonucun aynı olması şartıyla hemen hemen her şey whatsapp aracılığıyla hiçbir ek ücret...elde ettiğimiz sonuçlar: aşağıdaki resimleri inceleyerek işlem öncesi ve sonrası karşılaştırma yaparak sonuçları öğrenebilirsiniz...rinoplasti, yüz güzelleştirme, göğüs estetiği ameliyatı liposuction, uyluk germe, Brezilya kalça germe. Kadınların güzelleştirilmesi. Erkek güzelliği. Obezite. Tıbbi bölümler. Kadınların güzelleştirilmesi, estetik cerrahi, yaşlanma belirtilerinden kurtulmak, kırışıklık çizgilerinden kurtulmak, kırışıklık çizgilerini silmek, vücudun çekiciliğini çekici bir şekilde ortaya çıkaracak şekilde şekillendirme ve hatta daha genç görünmek için cildi sıkılaştırmak için kadınlar için bir çare haline geldi. En son teknolojilerin kullanılması ve doktorların seçkin uzmanlığı sayesinde kozmetik sonuçlar genellikle olumludur...’ gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere,

Aynı adresli internet sitesinin 24.07.2024 tarihinde yer alan tanıtımlarda, ‘*Plastik cerrahi Türkiye’de cerrahi ve cerrahi olmayan tekniklerle fiziksel görünümü iyileştiren dönüştürücü prosedürler onlarca doktor sorularınızı yanıtlamaya hazır tıbbi danışmanlık bize ulaşın. Tıbbi tedaviler Tıbbi ve kozmetik hizmetler ve tedaviler hakkında daha fazla bilgi edinmek için tıklayın. Plastik Ameliyatlar, Saç Ekimi, Diş, Obezite Ameliyatları, Oftalmoloji, Test Tüpü Bebekler, Estetik Tedaviler, Ortopedi, Genel Cerrahi, Kadın Hastalıkları Ve Doğum, Organ Nakli... sayılarla hizmetlerimiz 63482+ tıbbi prosedür, 31216+ kozmetik prosedür, 117+ tıbbi uzmanlık alanı, 79654+ hasta... Doktorlarımız Dr. Gökmen Öztürk, Dr. Halil İbrahim Gökçek, Dr. Bilgehan İlker, Dr. Mustafa Karakaş... Tıbbi Tedaviler: Plastik Ameliyatlar Cerrahi ve cerrahi olmayan tekniklerle fiziksel görünümü iyileştiren dönüştürücü prosedürler...Saç Ekimi Saç köklerinin saçsız veya seyrelmiş bölgelere nakledilmesiyle saçların onarılmasına yönelik prosedür...Diş Ağız sağlığını ve estetiği iyileştirmeye yönelik prosedürlerin genel terimi...Obezite Ameliyatları Kilo kaybına yardımcı olmak ve obezite ile ilişkili koşulları iyileştirmek için cerrahi müdahaleler... Oftalmoloji Görme düzeltmesi, katarakt cerrahisi ve glokom tedavisi dahil olmak üzere göz hastalıkları için tıbbi ve cerrahi bakım... Test Tüpü Bebekler (IVF) Bireylerin ve çiftlerin in vitro fertilizasyon yoluyla gebe kalmasına yardımcı olan yardımcı üreme teknolojisi... Estetik Tedaviler*

Botox, dolgu maddeleri ve lazer tedavileri dahil olmak üzere fiziksel görünümü arttırmayı amaçlayan cerrahi olmayan prosedürler... Ortopedi Kas-iskelet sistemi için kapsamlı bakım, kemikleri ve eklemleri etkileyen yaralanmalar ve durumlar için cerrahi dahil...Genel Cerrahi Karın organları, tiroid, fitıklar ve diğer genel tıbbi durumları ele alan çok çeşitli ameliyatlar...Kadın Hastalıkları ve Doğum Hamilelik, doğum ve jinekolojik bozukluklar dahil olmak üzere kadınların üreme sağlığı için bakım...Organ Nakli Hasarlı organları donörlerden sağlıklı olanlarla değiştirmek için hayat kurtarıcı ameliyatlar...Kulak, Burun ve Boğaz Kulak, burun, boğaz bozuklukları ve baş ve boynun ilgili yapıları için tedavi...Kardiyovasküler cerrahi Kalp ve kan damarları için ileri cerrahi tedaviler, kardiyovasküler sağlığı iyileştirir...Sinir cerrahisi Beyin, omurilik ve sinir sistemini etkileyen bozukluklar için cerrahi müdahaleler...Fizik tedavi ve rehabilitasyon Yaralanma, ameliyat veya kronik durumlardan kaynaklanan hareket ve işlevleri geri kazandıran programlar...' gibi ifadelerle yer verildiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin 'International Clinics' olarak belirtilerek ve 'Doktorlarımız' gibi ifadeler kullanarak kuruluşun bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde tanıtımlarda bulunulduğu,

Bilindiği gibi, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceğinin hüküm altına alındığı,

Diğer taraftan, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Bununla birlikte, Sağlık Bakanlığı tarafından düzenlenen 'Uluslararası Sağlık Turizmi Aracı Kuruluşu Yetki Belgesi'ne sahip seyahat acentelerinin, uluslararası sağlık turizmi kapsamında; uluslararası sağlık turisti ile beraberindeki refakatçi ve diğer yakınlarına konaklama, ulaşım ve transfer hizmetlerinin sağlanması faaliyetlerini yürütmek üzere yetkilendirildiği ve ancak yetkilendirildikleri alana ilişkin olarak tanıtım yapabilecekleri,

Bu bağlamda, ilgili mevzuatta sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği belirtilirken kuruluşun sağlık alanıyla ilgili bir bilgilendirme faaliyeti içerisine girmesinin; ayrıca, sağlık kuruluşları ve sağlık meslek mensupları tarafından dahi talep yaratıcı tanıtım yapılamaz iken, "Sağlık Turizmi" alanında aracı kuruluş olarak faaliyet gösteren kuruluşun tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı tanıtımlarda bulunmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bununla birlikte, inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir izlenim kazandırılarak tüketicilerin bilgi

eksikliklerinin istismar edildiği, söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmelik'in 4/1, 12/2-a, 12/2-b, 12/2-c ve 12/2-ç maddeleri,

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında 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 **International Clinics Sağlık Turizm 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.

109)

Dosya No: 2024/2870

Şikayet Edilen: Burcu DEMİRKOL

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dyt.burcudemirkol" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 29.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dyt.burcudemirkol" kullanıcı isimli sayfanın 29.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*... online diyetle düzenli yağdan giden 15 kg farkı tebrik ederim...4 ayda -20 kg iç yağlanmamız 12 den 8 e düştü tebrik ederim...2,5 ayda -20 kg tebrik ederim...ayrıntılı bilgi için bizi arayın...A vitamini eksikliği belirtileri ve kaynakları, A vitamini eksikliği belirtileri şifa bul net görememe gece körlüğü gözde kuruluk korneal ülser saçlarda kepek boğaz enfeksiyonu cilt kuruluğu ağız ülseri pamukçuk mesane iltihabı kaynaklar havuç yeşil yapraklı sebzeler kayısı*

domates beyaz peynir karaciğer yumurta süt terayağı...siz de D vitamini eksikliği var kilo vermekte güçlük çekiyorsanız kilo fazlanız var gizli şeker hastasıınız obezsiziz yetişkin tip şeker hastalığınız var bağışıklık sisteminiz zayıf sık hastalanıyorsunuz sürekli üşüyüp grip soğuk algınlığı oluyor depresif ve mutsuz hissediyorsunuz sürekli yorgunsunuz ve halsizsiniz devamlı kas ve kemik ağrılarınız var göz latlarınızda geçmeyen morluk var denge problemi yaşlılarda düşmeler oluyor güneşe çıkmıyorsunuz koruyucu güneş kremi kullanıyorsunuz alerji otoimmün ve kanser hastalıklarına yakalanma riskiniz var sindirim problemleriniz var... gibi ifadeler ile sunulan hizmetlerin öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği, ayrıca 'D Vitamini Eksikliği, A Vitamini Eksikliği' gibi hastalık durumlarına dair açıklamalarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

Reklam Veren Açıklamaları: Bakanlığın bilgi, belge ve görüş isteme yazısı 07.07.2024 tarihinde tebliğ edilmiş olup, ilgiliden herhangi bir cevap alınamamıştır.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dvt.burcudemirkol" kullanıcı isimli sayfanın 29.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; '*... online diyetle düzenli yağdan giden 15 kg farkı tebrik ederim...4 ayda -20 kg iç yağlanmamız 12 den 8 e düştü tebrik ederim...2,5 ayda -20 kg tebrik ederim... ayrıntılı bilgi için bizi arayın...*' gibi ifadeler ile sunulan hizmetlerin öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği, dolayısıyla söz konusu ifadeler ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık meslek mensubu olarak hizmet sunan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu doğrultuda söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu, Bununla birlikte, inceleme konusu sosyal medya hesabındaki, '*... A vitamini eksikliği belirtileri ve kaynakları, A vitamini eksikliği belirtileri şifa bul net görememe gece körlüğü gözde kuruluk korneal ülser saçlarda kepek boğaz enfeksiyonu cilt kuruluğu ağız ülseri pamukçuk mesane iltihabı kaynaklar havuç yeşil yapraklı sebzeler kayısı domates beyaz peynir karaciğer yumurta süt terayağı...siz de D vitamini eksikliği var kilo vermekte güçlük çekiyorsanız kilo fazlanız var gizli şeker hastasıınız obezsiziz yetişkin tip şeker hastalığınız var bağışıklık sisteminiz zayıf sık hastalanıyorsunuz sürekli üşüyüp grip soğuk algınlığı oluyor depresif ve mutsuz hissediyorsunuz sürekli yorgunsunuz ve halsizsiniz devamlı kas ve kemik ağrılarınız var göz atlarınızda geçmeyen morluk var denge problemi yaşlılarda düşmeler oluyor güneşe çıkmıyorsunuz koruyucu güneş kremi kullanıyorsunuz alerji otoimmün ve kanser hastalıklarına yakalanma riskiniz var sindirim problemleriniz var...*' ifadeleri ile 'D Vitamini Eksikliği, A Vitamini Eksikliği' gibi hastalık durumlarına dair açıklamalarda bulunulduğu, ancak 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 gerekirken tarafça tabip yetkisinde olan hususlara yönelik tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nun Ek-11 inci maddesi,
 - 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 25 ve Ek-13/Diyetisyen maddeleri,
 - Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-g, 5/2 ve 7/1 inci maddeleri,
 - Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c ve Ek/1-Diyetisyen 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 **Burcu DEMİRKOL** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

110)

Dosya No: 2024/3640

Şikayet Edilen: Emine ARSLANTEKİN

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "beauty_guzellik_sloonu" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 06.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "beauty_guzellik_sloonu" kullanıcı isimli sayfanın 06.05.2024 tarihli görünümünde yer alan profil bilgileri kısmında örnek olarak; '...Dr. Emine Kosmetolog, Medikal Estetik Uzmanı, Alternatif Tıp Doktoru, Botoks, Dolgu, Gençlik Aşısı, Paris İşiltüsü, Örümecek Ağ, İp Askı...' gibi ifadeler yer verildiği; bununla birlikte kuruluşa ait cam giydirmeye reklamlarında; '...Alternatif Tıp ve Uzman Medikal Estetik Merkezi, Medikal Cilt Bakımı...' gibi ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "beauty_guzellik_sloonu" kullanıcı isimli sayfanın 06.05.2024 tarihli görünümünde yer alan profil bilgileri kısmında örnek olarak; ‘...*Dr. Emine Kosmetolog, Medikal Estetik Uzmanı, Alternatif Tıp Doktoru, Botoks, Dolgu, Gençlik Aşısı, Paris Işıltısı, Örümcek Ağ, İp Askı...*

Bununla birlikte, kuruluşa ait cam giydirmeye reklamlarında; ‘...*Alternatif Tıp ve Uzman Medikal Estetik Merkezi, Medikal Cilt Bakımı...*

Bilindiği gibi, ülkemizde her türlü koruyucu, teşhis, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmeti sadece Sağlık Bakanlığınca ruhsatlandırılan sağlık kurum ve kuruluşlarında ve tıp fakültesinden mezun olmuş ve alanında hukuken yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilebildiği ve tabipler ve dış tabipleri dışındaki hiçbir sağlık meslek mensubunun hastalıklarla ilgili doğrudan teşhiste bulunarak tedavi planlaması yapmasının mümkün olmadığı,

Diğer taraftan, “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,

Bu kapsamda, güzellik salonu olarak faaliyet gösteren iş yerlerinin İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyeler tarafından ruhsatlandırılması gerektiği ve bu iş yerlerinde tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin haricinde, sadece salonlarda yapılmasına izin verilen ve ilgili Yönetmelik’te isimleri sayılan uygulamaların, yine bu alanda uzman kişiler tarafından gerçekleştirilmesinin zorunlu kılındığı,

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 doğrultuda, 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, dolayısıyla söz konusu tanıtımların kamu sağlığını bozucu, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 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 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 **Emine ARSLANTEKİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzebebinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

111)

Dosya No: 2024/3780

Şikayet Edilen: Ela KÖYBAŞI GÜNDÜZ

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "drelakoybasigunduz" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 12.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "drelakoybasigunduz" kullanıcı isimli sayfanın 12.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; '...Göz sağlığı ve Estetik için yeni ve doğru adresiniz...Göz Sağlığınız için güvenilir ellerdesiniz. Son. Teknoloji cihazlar ile İBA Deluxe Plazadayız... Kişilerin günlük yaşantısını görsel ve sağlık açısından olumsuz etkileyen bu durum göz kapağı estetik ameliyatıyla son bulabilir... Göz kapakları yaşlanma sürecinin bir sonucu olarak sarkabilir ve torbalar oluşturabilir. Bu durum hem estetik olarak rahatsızlık verici olabilir hem de görme alanını daraltabilir. Göz kapağı estetiği, bu sorunları çözmek için kullanılır... Blefaroplasti, sarkmış veya şişmiş üst ve alt göz kapaklarındaki fazla cilt ve yağ dokusunu çıkarmak için kullanılır. Bu işlem, daha genç ve taze bir görünüm elde etmeyi amaçlar... Genellikle hastalar tam tedaviyi uygulayamaz ve iyileşme süreci oldukça uzar. Bunun için yeni nesil tedavi yöntemi olan #jetplazma ile tedavi yöntemine başladık. Konu hakkında detaylı bilgi edinmek için bizi arayın... Cerrahi sırasında, fazla yağ dokusu ve deri çıkarılır veya yeniden düzenlenir, böylece daha genç ve dinlenmiş bir görünüm elde edilebilir...' gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifadeler ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- 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 nci 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 **Ela KÖYBAŞI GÜNDÜZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

112)

Dosya No: 2024/4126

Şikayet Edilen: Cemil Orkun CEMİLOĞLU

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "cemilorcem" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 14.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "cemilorcem" kullanıcı isimli sayfanın 14.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; *'...el değmeden vakum kullanılmadan...no touch lazer ile göz bozukluklarınızdan kurtulabilirsiniz...gözlük ve kontakt lenslerinizden kurtulmak mı istiyorsunuz...en güvenli yöntem olan no touch lazer ile gözlük ve kontakt lenslerinizden kurtulabilirsiniz...no touch lazer ile göz kusurlarınızdan kurtulmak mümkün... no touch lazer ile göz kusurlarınızdan kurtulabilirsiniz...gözlük takmak istemiyor musunuz randevu ve bilgi için...'* gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifadeler ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- 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 nci 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 **Cemil Orkun CEMİLOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

113)

Dosya No: 2024/3904

Şikayet Edilen: Abdurrahman AKAY

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "op.dr.abdurrahmanakay" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "op.dr.abdurrahmanakay" kullanıcı isimli sayfanın 28.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; *'...Necati Beyin 2. Mide botoksu işlemi toplamda -54 kilo ile kendisini tebrik ediyorum artık daha sağlıklı ve mutlu...yutulabilir balonla 2 ayda 20 kilo verdi ameliyatsız zayıflama tedavilerinde yutulabilir mide balonu ile acıkmadan 10 dakikalık bir işlemle kilolarınızdan kurtulabilirsiniz akıllı terazi ve saat hediyesi ile kilonuzu 6 ay boyunca uzaktan takip edeceğiz balon kendiliğinden eriyerek bağırsaktan atılıyor kayseri Hüma hastanesine gelerseniz ücretsiz muayene fırsatıyla size uygun zayıflama yöntemini birlikte belirleyebiliriz oluşan tokluk hissi ve balonun yer kaplaması sebebiyle hızla kilo vermeye başlarsınız 6 aylık diyetisyen takip programı ile birlikte ben her zaman sizi takip edeceğim...yutulabilir mide balonu ameliyatsız zayıflayın...acıkmadan zayıfla ameliyatsız zayıfla ameliyatsız zayıflama yöntemlerinde yutulabilir mide balonu endoskopik mide balonu ve mide botoksu gibi birçok yöntem kullanıyoruz detaylı bilgi almak için bizi arayabilirsiniz isterseniz numaranızı bırakın biz sizi arayalım Hüma hastanesine gelerseniz ücretsiz muayene fırsatıyla size uygun zayıflama yöntemini birlikte belirleyebiliriz...mide balonuyla 25 kg verdi...Hastamız mide balonu ile kısa bir sürede hızla hedef kilosuna yaklaşıyor tebrik ederiz...Op. Dr. Abdurrahman Akay ile birebir görüşebilir merak ettiğiniz her konuda destek alabilirsiniz...fazla kilolardan kurtulun yaşam kalitenizi artırın vip*

transfer yutulabilir mide balonu konaklama sadece 2500, 15 dakika ameliyatsız endoskopi yok...yurt dışındaki hastalarımızı da düşünerek bir paket oluşturduk randevu için bizimle iletişime geçiniz sizde kilolarınızdan şikayetçi misiniz o zaman yutulabilir mide balonu ile sizde ağrısız ve ameliyatsız acıkmadan zayıflamak ister misiniz siz de yaza fit bir vücut ile devam etmek istiyorsanız hemen bizi arayabilir veya mesaj bırakabilirsiniz...130 kg ile mide balonu yaptığımız hastanın balonu 6 ay sonra 89 kg ile iken çıkarıyoruz 41 kg veren hastamızı tebrik ediyoruz siz de kilolarınızdan ameliyatsız kurtulmak istiyorsanız bizi arayabilir ya da Kayseri Hüma Hastanesi 'ne gelerek yüz yüze görüşme sağlayabilirsiniz -41 kg...acıkmadan zayıfla ameliyatsız zayıfla Hüma Hastanesi...-19 kg, 6 ayda 19 kilo veren hastamıza botoks uyguladık siz de ameliyat olmadan acıkmadan kilo vermek istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz...6 ayda 20 kilo veren hastamızın balonunu çıkarttık kendisini tebrik ediyoruz siz de acıkmadan kilo vermek istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz...-10 kg, ameliyatsız zayıflamada mide balonu ve mide botoksu sık kullandığımız yöntemlerden anestezi altında 10 dakikalık bir işlemle kilolarınızdan kurtulabilirsiniz Kayseri Hüma Hastanesi...ağrı hissetmeden kasık fıtığı ve lipom ameliyatı...yüzdeki ben, kist ve kitleler lokal anestezi ile estetik dikişle dikkatli bir şekilde çıkarıldı...obeziteden kurtulmanın en kolay yolu yutulabilir mide balonu kolaylıkları: ameliyat yok, 15 dk işlem, endoskopi yok, doğal yollarla vücuttan atılır...' gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, bununla birlikte '...hocam sizden böyle şeyler duymak mutla ediyor inan diyetisyen hocamda aynı şeyi söyledi hedefim 100 ün altında hedefime ulaşırsam Allah'ın izniyle Allah'a söz verdim 2 tane oruç tutacam iyi ki sizi tanımışım saygılar...' gibi hasta yorumlarına yer verildiği, diğer taraftan şahsın 'Obezite Cerrahisi Uzmanı' olduğu yönünde tanıtımlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "op.dr.abdurrahmanakay" kullanıcı isimli sayfanın 28.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; '*...Necati Beyin 2. Mide botoksu işlemi toplamda -54 kilo ile kendisini tebrik ediyorum artık daha sağlıklı ve mutlu...yutulabilir balonla 2 ayda 20 kilo verdi ameliyatsız zayıflama tedavilerinde yutulabilir mide balonu ile acıkmadan 10 dakikalık bir işlemle kilolarınızdan kurtulabilirsiniz akıllı terazi ve saat hediyesi ile kilonuzu 6 ay boyunca uzaktan takip edeceğiz balon kendiliğinden eriyerek bağırsaktan atılıyor kayseri Hüma hastanesine gelerseniz ücretsiz muayene fırsatıyla size uygun zayıflama yöntemini birlikte belirleyebiliriz oluşan tokluk hissi ve balonun yer kaplaması sebebiyle hızla kilo vermeye başlarsınız 6 aylık diyetisyen takip programı ile birlikte ben her zaman sizi takip edeceğim...yutulabilir mide balonu ameliyatsız zayıflayın...acıkmadan zayıfla ameliyatsız zayıfla ameliyatsız zayıflama yöntemlerinde yutulabilir mide balonu endoskopik mide balonu ve mide botoksu gibi birçok yöntem kullanıyoruz detaylı bilgi almak için bizi arayabilirsiniz isterseniz numaranızı bırakın biz sizi arayalım Hüma hastanesine gelerseniz ücretsiz muayene fırsatıyla size uygun zayıflama yöntemini birlikte belirleyebiliriz...mide balonuyla 25 kg verdi...Hastamız mide balonu ile kısa bir sürede hızla hedef kilosuna yaklaşıyor tebrik ederiz...Op. Dr. Abdurrahman Akay ile birebir görüşebilir merak ettiğiniz her konuda destek alabilirsiniz...fazla kilolardan kurtulun yaşam kalitenizi artırın vip transfer yutulabilir mide balonu konaklama sadece 2500, 15*

dakika ameliyatsız endoskopi yok...yurt dışındaki hastalarımızı da düşünerek bir paket oluşturduk randevu için bizimle iletişime geçiniz sizde kilolarınızdan şikayetçi misiniz o zaman yutulabilir mide balonu ile sizde ağrısız ve ameliyatsız acıkmadan zayıflamak ister misiniz siz de yaza fit bir vücut ile devam etmek istiyorsanız hemen bizi arayabilir veya mesaj bırakabilirsiniz...130 kg ile mide balonu yaptığımız hastanın balonu 6 ay sonra 89 kg ile iken çıkarıyoruz 41 kg veren hastamızı tebrik ediyoruz siz de kilolarınızdan ameliyatsız kurtulmak istiyorsanız bizi arayabilir ya da Kayseri Hüma Hastanesi 'ne gelerek yüz yüze görüşme sağlayabilirsiniz -41 kg...acıkmadan zayıfla ameliyatsız zayıfla Hüma Hastanesi...-19 kg, 6 ayda 19 kilo veren hastamıza botoks uyguladık siz de ameliyat olmadan acıkmadan kilo vermek istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz...6 ayda 20 kilo veren hastamızın balonunu çıkarttık kendisini tebrik ediyoruz siz de acıkmadan kilo vermek istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz...-10 kg, ameliyatsız zayıflamada mide balonu ve mide botoksu sık kullandığımız yöntemlerden anestezi altında 10 dakikalık bir işlemle kilolarınızdan kurtulabilirsiniz Kayseri Hüma Hastanesi...ağrı hissetmeden kasık fıtığı ve lipom ameliyatı...yüzdeki ben, kist ve kitleler lokal anestezi ile estetik dikişle dikkatli bir şekilde çıkarıldı...obeziteden kurtulmanın en kolay yolu yutulabilir mide balonu kolaylıkları: ameliyat yok, 15 dk işlem, endoskopi yok, doğal yollarla vücuttan atılır...' gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, bununla birlikte '...hocam sizden böyle şeyler duymak mutla ediyor inan diyetisyen hocamda aynı şeyi söyledi hedefim 100 ün altında hedefime ulaşırsam Allah'ın izniyle Allah'a söz verdim 2 tane oruç tutacam iyi ki sizi tanımışım saygılar...' gibi hasta yorumlarına yer verilerek 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,

Diğer taraftan, 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'da yer alan 'Tıpta Uzmanlık Ana Dalları ve Eğitim Sürelerine Dair Çizelge' başlıklı Ek-1 sayılı çizelgede 'Obezite Cerrahisi Uzmanı' adı ile düzenlenmiş bir uzmanlık ana dalı bulunmamasına rağmen, şahsın 'Obezite Cerrahisi Uzmanı' olduğu yönünde tanıtımlarda bulunmasının 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 8, 10 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,

- 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-ı, 5/2 ve 7/1-g 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 **Abdurrahman AKAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüze binellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

114)

Dosya No: 2024/3784

Şikayet Edilen: Dilek BAŞARAN

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "drdilekbasaran" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 11.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "drdilekbasaran" kullanıcı isimli sayfanın 11.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; '*...#fotona #lazer ile ayak tabanındaki siğilin tek seansta tedavisi...bu dökülmelerde #prp çok etkili...saç tedavileri çeşit çeşit özellikle erkek tipi dökülmelerde saç lazeri iyi bir çözüm...gülünce ucu düşen burunlara son...yüzdeki damar çatlaklarından muzdarip hastamız 1 seanstan 1 ay sonraki sonuç...lazer uygulaması ile istenmeyen ve işe yaramayan bu damar görünümünü yok ettik...Bu Ramazan'da aldığınız kiloları verdirmeye kesin kararlıyım Bu sefer yeni bir yöntemle karşınızdayım. Sıcak lazer lipoliz ile aynı anda hem yağlarınızı eritip hem de bölgeyi sıkılaştırabiliyoruz Uygun olup olmadığınızı öğrenmek için kliniğe bekliyoruz...*' gibi ifadelere, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, ayrıca kuruluşun isminin "Dr. Dilek Başaran Kliniği" olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "drdilekbasaran" kullanıcı isimli sayfanın 11.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; ‘...#fotona #lazer ile ayak tabanındaki siğilin tek seansta tedavisi...bu dökülmelerde #prp çok etkili...saç tedavileri çeşit çeşit özellikle erkek tipi dökülmelerde saç lazeri iyi bir çözüm...gülünce ucu düşen burunlara son...yüzdeki damar çatlaklarından muzdarip hastamız 1 seanstan 1 ay sonraki sonuç...lazer uygulaması ile istenmeyen ve işe yaramayan bu damar görünümünü yok ettik...Bu Ramazan’da aldığımız kiloları verdirmeye kesin kararlıyım Bu sefer yeni bir yöntemle karşınızdayım. Sıcak lazer lipoliz ile aynı anda hem yağlarınızı eritip hem de bölgeyi sıkılaştırabiliyoruz Uygun olup olmadığınızı öğrenmek için kliniğe bekliyoruz...’ gibi ifadelerle, ayrıca tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntüler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği, dolayısıyla söz konusu ifade ve görüntüler ile 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,

Buna ek olarak söz konusu tanıtımlarda, kuruluşun isminin "Dr. Dilek Başaran Kliniği" olarak belirtildiği, ilgili mevzuatta ise "klinik" olarak tanımlanan bir kuruluş türünün bulunmadığı, dolayısıyla bu yönüyle tüketicilerin kuruluşun türü ve faaliyet alanıyla ilgili yanlış bilgilendirildiği 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-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2 ve 7/1-g 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 **Dilek BAŞARAN** 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.

115)

Dosya No: 2024/3785

Şikayet Edilen: Gülden Sinem AKYÜREK

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.sinemakyurek" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 10.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr.sinemakyurek" kullanıcı isimli sayfanın 10.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak; '*...ameliyatsız badem göz estetiği mümkün...Angelina Jolie gibi kalıcı çene hatlarına sahip olmak, #jawlinedolgu ile mümkün...Kırışıklık tedavisi için; Botox mu? Mezoterapi... Hyaluronik Asit Dolgu vs Mineral Dolgu... Doğal, hacimli dudaklar... Hâlâ terleyen kaldı mı? Yoksa siz hala terliyor musunuz o halde henüz koltuk altı botoksu ile tanışmadınız... Akne izleriniz sizi üzmesin! Kliniğimizde neler yapıyoruz... Saç dökülmesi için kliniğimizde birçok tedavilerimiz mevcuttur...1 l çene dolgusu ve sıkılaştırıcı gençlik aşısı ile bulldog görüntüsünü azaltmak mümkün... Exosom tedavisinin mucizesinden haberi olmayan kaldı mı? Detaylı bilgi ya da randevu için bizi arayabilirsiniz mucizevi tedavi exosom... Dudağıma dolgu mu, yoksa botox mu daha uygun. Dudak dolgusu m dudak botoksu mu tercih etmeliyim? Eğer yaşınız genç ise dudaklarınızın volümü iyiye ve dudak çizgileriniz duruyorsa botoks uygulamalarından faydalanabilirsiniz eğer dudaklarınızın volümü azaldıysa dudakta volum sağlamak için dolgu uygulamalarından destek alınır...*' gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifade ve görüntüler ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2 ve 7/1 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 **Gülden Sinem AKYÜREK** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

116)

Dosya No: 2024/3656

Şikayet Edilen: Medikal Yapı Sağlık Yatırımları A.Ş. (Özel Nişantaşı Hastanesi)

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "nisantasigozmerkezi" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 06.03.2024 ve 30.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler:www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "nisantasigozmerkezi" kullanıcı isimli sayfada örnek olarak; "*Yakın, uzak ve astigmat problemlerine son... Hızlı tedavi hızlı sonuç... Acısız ve ağrısız lazer göz tedavisi... Herkese uygun lazer göz ameliyatı... Baba ve oğul ile birlikte Presbiyopi ve Q-LASİK Akıllı Lazer tedavisi sonrası kendisini mutlu gözlüksüz bir şekilde evlerine uğurladık... 3 Ay önce Almayandan gelerek Hastanemizde Presbiyopi Q-LASİK Akıllı Lazer Göz Ameliyatı olan 52 yaşındaki Hastamızı Uzak %120 yakın J1 görüş ile mutlu bir şekilde Almanya'ya uğurladık... Bolu dan Hastanemizde Q-LASİK Göz Lazer Ameliyatı olmak için gelen Hastamızı Ameliyat sonrası 1. gün kontrolünde %150 görüşe sahip olarak mutlu bir şekilde Bolu'ya geri uğurladık...*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "nisantasigozmerkezi" kullanıcı isimli sayfanın 06.03.2024 ve 30.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Yakın, uzak ve astigmat problemlerine son... Hızlı tedavi hızlı sonuç... Acısız ve ağrısız lazer göz tedavisi... Herkese uygun lazer göz ameliyatı... Baba ve oğul ile birlikte Presbiyopi ve Q-LASİK Akıllı Lazer tedavisi sonrası kendisini mutlu gözlüksüz bir şekilde evlerine uğurladık... 3 Ay önce Almayandan gelerek Hastanemizde Presbiyopi Q-LASİK Akıllı Lazer Göz Ameliyatı olan 52 yaşındaki Hastamızı Uzak %120 yakın J1 görüş ile mutlu bir şekilde Almanya'ya uğurladık... Bolu dan Hastanemizde Q-LASİK Göz Lazer Ameliyatı olmak için gelen Hastamızı Ameliyat sonrası 1. gün kontrolünde %150 görüşe sahip olarak mutlu bir şekilde Bolu'ya geri uğurladık...*" ifadelerine yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şirketin faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-g ve 5/1-ı 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 **Medikal Yapı Sağlık Yatırımları A.Ş. (Özel Nişantaşı Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

117)

Dosya No: 2024/5288

Şikayet Edilen: Dr. Tolga BİÇER

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "doc.dr.tolgabicer" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 06.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "doc.dr.tolgabicer" kullanıcı isimli sayfada, "*Almanya'dan gelen misafirlerimiz Ramazan bey Akıllı Lens, sevgili kızı İrem hanım No Touch Laser göz ameliyatından sonra mutlu bir şekilde evlerine dönüyorlar...*" gibi ifadeler ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "doc.dr.tolgabicer" kullanıcı isimli sayfanın 06.03.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Almanya'dan gelen misafirlerimiz Ramazan bey Akıllı Lens, sevgili kızı İrem hanım No Touch Laser göz ameliyatından sonra mutlu bir şekilde evlerine dönüyorlar...*" gibi ifadeler ve hasta yorumlarına yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda 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-d, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-f, 7/1-g 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. Tolga BİÇER** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

118)

Dosya No: 2024/5289

Şikayet Edilen: Dr. Seyithan KIRTAY

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "drseyithankirtay_international" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 05.03.2024, 22.05.2024 ve 10.09.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "drseyithankirtay_international" kullanıcı isimli sayfada örnek olarak; *"İşte karşınızda yeni tasarım burun silikonumuz... (RE-DO) Daha az ağrı. Daha az ödem. Daha fazla kanatlara destek. Her şey bilim ve canım hastalarım için Ameliyat sonrası silikon çıkartırken daha az acı ve konfor... Bazen de minik melekleri ameliyat ettiğimiz doğrudur... #estetikburunizmir #yüzeestetigi #yüzgermeameliyatı #facelift #facelifting #revizyonrinoplasti #revizyonburunestetigi #boyungerme"* gibi ifadelerin yanı sıra operasyon görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "drseyithankirtay_international" kullanıcı isimli sayfanın 05.03.2024, 22.05.2024 ve 10.09.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *"İşte karşınızda yeni tasarım burun silikonumuz... (RE-DO) Daha az ağrı. Daha az ödem. Daha fazla kanatlara destek. Her şey bilim ve canım hastalarım için ameliyat sonrası silikon çıkartırken daha az acı ve konfor... Bazen de minik melekleri ameliyat ettiğimiz doğrudur... #estetikburunizmir #yüzeestetigi #yüzgermeameliyatı #facelift #facelifting #revizyonrinoplasti #revizyonburunestetigi #boyungerme"* gibi ifadelerin yanı sıra tedavi öncesi/sonrası görüntülere ve operasyon görüntülerine yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda 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-ı, 5/2, 7/1-g 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. Seyithan KIRTAY** 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.

119)

Dosya No: 2024/5295

Şikayet Edilen: Sincan Netgöz Sağlık Hizmetleri Tur. Tic. Ltd. Şti. (Özel Sincan Eragöz Göz Hastalıkları Merkezi)

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "eragozsincan" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 05.12.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "eragozsincan" kullanıcı isimli sayfada örnek olarak; "*Gözlük ya da kontakt lens takmak çok sıkıcı ise no touch lazer... No touch lazer operasyonu geçiren hastamızın düşünceleri...*" ifadeleri ile operasyon görüntüsüne yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "eragozsincan" kullanıcı isimli sayfanın 05.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Gözlük ya da kontakt lens takmak çok sıkıcı ise no touch lazer... No*

touch lazer operasyonu geçiren hastamızın düşünceleri..." ifadeleri ile operasyon görüntüsüne yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şirketin 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;

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

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-ç, 5/1-d, 5/1-g ve 5/1-ı 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 **Sincan Netgöz Sağlık Hizmetleri Tur. Tic. Ltd. Şti. (Özel Sincan Eragöz Göz Hastalıkları Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

120)

Dosya No: 2024/5296

Şikayet Edilen: Dr. Ümit ÇALLI

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "doc.dr.umitcalli" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 15.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler:www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "doc.dr.umitcalli" kullanıcı isimli sayfada örnek olarak; *"Notouch lazer hastamızın kontakt lenslerini çıkardık*

bugün...No touch lazer ciddiye istikamet ameliyathane... #mutlu hasta" gibi ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "doc.dr.umitcalli" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Notouch lazer hastamızın kontakt lenslerini çıkardık bugün...No touch lazer ciddiye istikamet ameliyathane... #mutlu hasta" gibi ifadeler yer verildiği,*

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda 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-d, 5/1-e, 5/1-g, 5/2, 7/1-f 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. Ümit ÇALLI** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

121)

Dosya No: 2024/4495

Şikayet Edilen: Ali ERDİK

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsın sahibi olduğu kuruluşa ait "turkuazoptik70" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 06.07.2024, 23.07.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "turkuazoptik70" kullanıcı isimli sayfanın 06.07.2024 ve 23.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Ayşe Hanım a Rachel Paris çerçevesi ve Blue Cut kaplamalı camları hayırlı olsun. Güle güle kullanın. #optik #bluecontrol... Süleyman Bey e Marco Salvadori çerçevesi ve Antirefle kaplamalı camları hayırlı olsun. İyi günlerde kullanın #optik... Klipsli çerçevelerimiz bu sezonun en çok tercih edilen modelleri. Hem güneş gözlüğü hem de optik olarak kullanılabilen modellerimiz ayrı ayrı gözlük taşımaya son vermektedir. Ayrıca hem güneş gözlüğü hem de optik gözlük için ayrı ayrı masraf etmenin de önüne geçmektedir. Sizleri mağazamıza modellerimizi görmeye bekliyoruz. #optik..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait; "turkuazoptik70" kullanıcı isimli sayfanın 06.07.2024 ve 23.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Ayşe Hanım a Rachel Paris çerçevesi ve Blue Cut kaplamalı camları hayırlı olsun. Güle güle kullanın. #optik #bluecontrol... Süleyman Bey e Marco Salvadori çerçevesi ve Antirefle kaplamalı camları hayırlı olsun. İyi günlerde kullanın #optik... Klipsli çerçevelerimiz bu sezonun en çok tercih edilen modelleri. Hem güneş gözlüğü hem de optik olarak kullanılabilen modellerimiz ayrı ayrı gözlük taşımaya son vermektedir. Ayrıca hem güneş gözlüğü hem de optik gözlük için ayrı ayrı masraf etmenin de önüne geçmektedir. Sizleri mağazamıza modellerimizi görmeye bekliyoruz. #optik..."* gibi ifadelere 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 15/1-a ve 15/1-b maddeleri,

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

122)

Dosya No: 2024/4617

Şikayet Edilen: Seda TOPRAK ÖZER

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsın sahibi olduğu kuruluşa ait "changebrows" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 30.01.2024, 25.07.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "changebrows" kullanıcı isimli sayfanın 30.01.2024 ve 25.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Kaş Silme... #medicalciltbakımı...*" gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, bununla birlikte "*Dudak vitamini ürün satışlarımız da mevcuttur.*" ifadesi ve şırınga görseline yer verildiği, ayrıca kuruluşun "Changebrows" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "changebrows" kullanıcı isimli sayfanın 30.01.2024 ve 25.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Kaş Silme... #medicalciltbakımı...*" gibi ifadeler ile tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, bununla birlikte "*Dudak vitamini ürün satışlarımız da mevcuttur.*" ifadesi ve şırınga görseline yer verildiği, ayrıca kuruluşun "Changebrows" olarak nitelendirildiğinin tespit edildiği,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı hüküm altına alınmış 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 tanıtımını yaparak, ayrıca şırınga görseli ile tıbbi bir ürüne yönelik tanıtımlar yaparak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31 ve Geçici 5/2 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 **Seda TOPRAK ÖZER** 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.

123)

Dosya No: 2024/4622

Şikayet Edilen: Ünal Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi

Şikayet Edilen Reklam: Kuruluşa ait cam giydirmeye ve tabelada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 05.03.2024

Yayınlandığı Mecra: Diğer (Cam Giydirmeye ve Tabela)

Tespitler: Kuruluşun dışında yer alan cam giydirmeye ve tabela tanıtımlarında "diş" görseli kullanıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşun dışında yer alan cam giydirmeye ve tabela tanıtımlarında kullanılan "diş" görseli ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların "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 ve 5/1-g 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 **Ünal Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

124)

Dosya No: 2024/4485

Şikayet Edilen: Ah Beauty Güz. ve Spor Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "dr.brows.cayyolu" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 18.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "dr.brows.cayyolu" kullanıcı isimli sayfanın 18.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Ameliyatsız gıdınızdan kurtulun! Magic Probe Teknolojisi ile kısa sürede sağlıklı bir şekilde istediğiniz görüntüye ulaşın. #gidieritme, #gidilipoliz... Anneler Günü'ne Özel 08-14 Mayıs tarihleri arasında: Gıdı Eritme 6 Seans, Pop-Up 6 Seans 1000 TL. #gidiestetiği..."* gibi ifadelerle yönelik tanıtımlara, ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgisine yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun "Dr. Brows" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "dr.brows.cayyolu" kullanıcı isimli sayfanın 18.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Ameliyatsız gıdınızdan kurtulun! Magic Probe Teknolojisi ile kısa sürede sağlıklı bir şekilde istediğiniz görüntüye ulaşın. #gidieritme, #gidilipoliz... Anneler Günü'ne Özel 08-14 Mayıs tarihleri arasında: Gıdı Eritme 6 Seans, Pop-Up 6 Seans 1000 TL. #gidiestetiği..."* gibi ifadeler ile tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgisine yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun "Dr. Brows" olarak nitelendirildiğinin tespit edildiği,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı hüküm altına alınmış 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 tanıtımını yaparak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31 ve Geçici 5/2 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 **Ah Beauty Güz. ve Spor Hiz. San. 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.

125)

Dosya No: 2024/4491

Şikayet Edilen: Enfal Eğ. Dan. Tur. İnş. Mob. Oto. Tic. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: Kuruluşun girişinde yer alan tabelada ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "missaguzellik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 15.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Kuruluşun girişinde yer alan "Missa" başlıklı tabelada, "*Missa Clinic by Sena Soyak. Yeni Nesil Güzellik ve Estetik* " ifadelerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "missaguzellik" kullanıcı isimli sayfanın 15.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Fokuslu Ultrason (HİFU) ile Cilt Gençleştirme. Kampanya 1500 TL. 1 Seans Medikal Cilt Bakımı Hediye... Nedir Dermapen? Dermapen cildinizdeki birçok sorunun giderilmesine yardımcı olan yöntemlerden biridir. Dermapen, mikro iğneleme olarak da bilinen ve vücudun doğal yenilenme mekanizmasını tetiklemeyi amaçlayan bir cilt yenileme yöntemidir...*" gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun isminin "Missa Güzellik, Missa Clinic" gibi adlandırıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşun girişinde yer alan "Missa" başlıklı tabelada "*Missa Clinic by Sena Soyak. Yeni Nesil Güzellik ve Estetik* " ifadelerine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "missaguzellik" kullanıcı isimli sayfanın 15.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Fokuslu Ultrason (HİFU) ile Cilt Gençleştirme. Kampanya 1500 TL. 1 Seans Medikal Cilt Bakımı Hediye... Nedir Dermapen? Dermapen cildinizdeki birçok sorunun giderilmesine yardımcı olan yöntemlerden biridir. Dermapen, mikro iğneleme olarak da bilinen ve vücudun doğal yenilenme mekanizmasını tetiklemeyi amaçlayan bir cilt yenileme yöntemidir...*" gibi ifadeler ile tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun isminin "Missa Güzellik, Missa Clinic" gibi adlandırıldığı,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce

ruhsatlandırılacağı hüküm altına alınmış 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 tanıtımını yaparak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, bununla birlikte kuruluş isminin açıkça belirtilmediği dolayısıyla bu konuda tüketicilerin yanıltıldığı 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, 25 ve 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 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 **Enfal Eğ. Dan. Tur. İnş. Mob. Oto. 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.

126)

Dosya No: 2024/4490

Şikayet Edilen: Musa ÜNVER

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait "Musa Ünver Beauty Salon" kartvizitte ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "musaunver_" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 15.02.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Şahsa ait "Musa Ünver Beauty Salon" başlıklı kartvizitte "*Medikal Masaj... Uzman Terapist Musa Ünver... Kan dolaşımının etkisi ile lenf beslerinin aktif hale gelmesi, toksinlerin atımı ve hücre yenilenmesi ile gençlik iksiridir. Baş, boyun, sırt, bel, romatizma ağrılarını giderir. Sizi zinde, huzurlu ve mutlu bir insan yapar. Kalp krizi riskini en aza indirir. Kan dolaşımını düzenler. Bağışıklık sistemini düzenler. Sindirim sistemini düzenler. Dostlarıma Özel %30 İndirim...*" gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin kampanya bilgisine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "musaunver_" kullanıcı isimli sayfanın 29.02.2024 ve 17.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Bu bizim atalarımızın şifa yöntemidir. Oksijensiz kalan bölgede ağrı olur. Bu yöntem iç organları oksijen ile buluşturur ve ağrıları azaltır kan akışını hızlandırır... Fibromiyalji (kulunç) ağrıları için. Fibromiyaljinin asıl sebebi vücutta biriktirmiş olduğumuz toksinler ve ağır metallerdir. Uygulanan beş seanslık ozon sauna ve masaj terapisi ağrılardan kurtulmanız da en etkili bir yöntem olacaktır... Bel ve boyun fıtığı...*" gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin ifadelere yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun "Musa Ünver Beauty Salon" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait "Musa Ünver Beauty Salon" başlıklı kartvizitte "*Medikal Masaj... Uzman Terapist Musa Ünver... Kan dolaşımının etkisi ile lenf beslerinin aktif hale gelmesi, toksinlerin atımı ve hücre yenilenmesi ile gençlik iksiridir. Baş, boyun, sırt, bel, romatizma ağrılarını giderir. Sizi zinde, huzurlu ve mutlu bir insan yapar. Kalp krizi riskini en aza indirir. Kan dolaşımını düzenler. Bağışıklık sistemini düzenler. Sindirim*

sistemini düzenler. Dostlarıma Özel %30 İndirim..." gibi ifadeler ile tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin kampanya bilgisine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "musaunver_" kullanıcı isimli sayfanın 29.02.2024 ve 17.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Bu bizim atalarımızın şifa yöntemidir. Oksijensiz kalan bölgede ağrı olur. Bu yöntem iç organları oksijen ile buluşturur ve ağrıları azaltır kan akışını hızlandırır... Fibromiyalji (kulunç) ağrıları için. Fibromiyaljinin asıl sebebi vücutta biriktirmiş olduğumuz toksinler ve ağır metallerdir. Uygulanan beş seanslık ozon sauna ve masaj terapisi ağrılardan kurtulmanız da en etkili bir yöntem olacaktır... Bel ve boyun fıtığı..."* gibi ifadeler ile tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin ifadelere yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun "Musa Ünver Beauty Salon" olarak nitelendirildiğinin tespit edildiği,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı hüküm altına alınmış 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 şahsın, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin tanıtımını yaparak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31 ve Geçici 5/2 nci 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 **Musa ÜNVER** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüze bin altmış dokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

127)

Dosya No: 2024/4489

Şikayet Edilen: Eyza Spor Sağ. Eğ. Reh. Güz. Hiz. Gıda İnş. Em. Dan. Kir. Med. Koz. Tem. İt. İh. San. Tic. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: Şirkete ait "Eyza Sağlıklı Yaşam Merkezi" başlıklı broşür ile eyzagroup.com adresli internet sitesinde ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "musaunver_" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 20.02.2024

Yayınlandığı Mecra: Broşür, İnternet

Tespitler: Şirkete ait "Eyza Sağlıklı Yaşam Merkezi" başlıklı broşürden "*Uygulamalarımız: Hi-Fu, Altın İğne, Akupunktur, Fizyoterapi, Hacamat, Beslenme Danışmanlığı, Psikolojik Danışmanlık*" gibi ifadelerle,

eyzagroup.com adresli internet sitesinin 20.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Leke Tedavisi, Skar Akne Tedavisi, İğnesiz Mezoterapi, İğneli Epilasyon*" gibi ifadelerle,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "eyzasaglikguzellik" kullanıcı isimli sayfanın 20.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Manuel Terapi, Skolyoz Tedavisi, Lokal Rehabilitasyon, Nörolojik Rehabilitasyon, Lenf Drenaj Tedavisi, Kayropratik, Kupa Terapisi, Hacamat, Varis Masajı, Refleksoloji, Sinir Sıkışması, Ortopedik Ameliyat Sonrası Rehabilitasyon, Boyun Fıtığı, Boyun Düzleşmesi, Bel Fıtığı"* gibi ifadelerle yer verildiği, bununla birlikte; kuruluşun "Eyza Sağlık Güzellik, Eyza Sağlıklı Yaşam Merkezi" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait "Eyza Sağlıklı Yaşam Merkezi" başlıklı broşürde yer alan *"Uygulamalarımız: Hi-Fu, Altın İğne, Akupunktur, Fizyoterapi, Hacamat, Beslenme Danışmanlığı, Psikolojik Danışmanlık"* gibi ifadelerle,

eyzagroup.com adresli internet sitesinin 20.02.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Leke Tedavisi, Skar Akne Tedavisi, İğnesiz Mezoterapi, İğneli Epilasyon"* gibi ifadelerle,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şirkete ait "eyzasaglikguzellik" kullanıcı isimli sayfanın 20.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Manuel Terapi, Skolyoz Tedavisi, Lokal Rehabilitasyon, Nörolojik Rehabilitasyon, Lenf Drenaj Tedavisi, Kayropratik, Kupa Terapisi, Hacamat, Varis Masajı, Refleksoloji, Sinir Sıkışması, Ortopedik Ameliyat Sonrası Rehabilitasyon, Boyun Fıtığı, Boyun Düzleşmesi, Bel Fıtığı"* gibi ifadelerle yer verildiği, bununla birlikte kuruluşun "Eyza Sağlık Güzellik, Eyza Sağlıklı Yaşam Merkezi" olarak nitelendirildiğinin tespit edildiği,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı hüküm altına alınmış 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 tanıtımını yaparak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31 ve Geçici 5/2 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 **Eyza Spor Sağ. Eğ. Reh. Güz. Hiz. Gıda İnş. Em. Dan. Kir. Med. Koz. Tem. İt. İh. San. 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.

128)

Dosya No: 2024/5274

Şikayet Edilen: Meziyet Tuğçe SERT

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "diyetisyentugcesert" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.03.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "diyetisyentugcesert" kullanıcı isimli sayfanın 28.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"İki resim arasında ki fark -7 kg. Ortalama 2 beden küçülmek demek. Online diyetle zorlanmadan, doyararak verdik kiloları. Canım danışanıma kocaman tebrikler. Kısa sürede harika yol aldık... Polikistik over sendromunuzun olması kilo veremeyeceğiniz anlamına gelmez. Doğru diyet tedavisi ve egzersizle kilo verip, adet döngünüzü düzenleyebilirsiniz. PCOS ÖRNEK MENÜ... Canım danışanım Çimen Hanım 'la harikalar yarattık ve 4 ayda -17 kiloyu geride bıraktık. Üstelik tamamını yağdan kaybettik. Beden kitle endeksini 31 den 25 e indirdik. Metabolizma yaşını 59 dan 52 ye çektik. Çimen hanım kendi yaşından 2 yaş daha genç artık. Sağlıklı bir bedene ve harika bir vücuda kavuşan canımı çok tebrik ediyorum... Canım danışanımla harika bir yolculuğa çıktık ve süper bir değişim geçirdik. Ne menopoz ne de insülin direnci bizi durduramadı... Arada ki fark -20 kg. Bölgesel incelme süper. Kocaman alkışlar canım danışanıma... Az su tüketimi, az lif alımı, düzensiz beslenme kabızlığın başlıca nedenleri arasında yer almakta. Danışanlarıma sıklıkla tavsiye ettiğim bu kürü denemenizi tavsiye ederim..."* gibi ifadeler ile öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "diyetisyentugcesert" kullanıcı isimli sayfanın 28.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"İki resim arasında ki fark -7 kg. Ortalama 2 beden küçülmek demek. Online diyetle zorlanmadan, doyararak verdik kiloları. Canım danışanıma kocaman tebrikler. Kısa sürede harika yol aldık... Polikistik over sendromunuzun olması kilo veremeyeceğiniz anlamına gelmez. Doğru diyet tedavisi ve egzersizle kilo verip, adet döngünüzü düzenleyebilirsiniz. PCOS ÖRNEK MENÜ... Canım danışanım Çimen Hanım 'la harikalar yarattık ve 4 ayda -17 kiloyu geride bıraktık. Üstelik tamamını yağdan kaybettik. Beden kitle endeksini 31 den 25 e indirdik. Metabolizma yaşını 59 dan 52 ye çektik. Çimen hanım kendi yaşından 2 yaş daha genç artık. Sağlıklı bir bedene ve harika bir vücuda kavuşan canımı çok tebrik ediyorum... Canım danışanımla harika bir yolculuğa çıktık ve süper bir değişim geçirdik. Ne menopoz ne de insülin direnci bizi durduramadı... Arada ki fark -20 kg. Bölgesel incelme süper. Kocaman alkışlar canım danışanıma... Az su tüketimi, az lif alımı, düzensiz beslenme kabızlığın başlıca nedenleri arasında yer almakta. Danışanlarıma sıklıkla tavsiye ettiğim bu kürü denemenizi tavsiye ederim..."* gibi ifadeler ile talep oluşturan nitelikte öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiğinin tespit edildiği,

Bilindiği gibi, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, 'diyetisyen' olan sağlık meslek mensuplarının görev alanlarının tanımlandığı, buna göre; diyetisyenlerin tabibin yönlendirmesi ile hastalar için gerekli beslenme programlarını düzenleyebileceği ve hastaların ölçümlerine, laboratuvar bulgularına ve tedavisine uygun olarak besin ögesi gereksinmelerini

belirleyerek diyet tedavilerini ve beslenme eğitimi hizmetlerini planlayabileceği, uygulayabileceği ve izleyebileceğinin düzenlendiği,

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, bununla birlikte; “*Polikistik Over Sendromu*” gibi tabip yönlendirmesi ile beslenme programı düzenlenebilecek bir hastalık durumuna dair şahıs tarafından beslenme programı oluşturulduğu ve/veya tarifler verildiği yönünde tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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, 25 ve Ek-13/Diyetisyen maddeleri,

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

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

129)

Dosya No: 2024/4481

Şikayet Edilen: Neşe AKINCI

Şikayet Edilen Reklam: Şahın sahibi olduğu kuruluşa ait “Hera” başlıklı broşürde ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsın sahibi olduğu kuruluşa ait “heraciltbakim” kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.01.2024

Yayınlandığı Mecra: Broşür, İnternet

Tespitler: Kuruluşa ait "Hera" başlıklı broşürde, "*İğneli Epilasyon, Selülit Tedavisi, Botox*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği ve kuruluşun adının '*Hera*' olarak nitelendirildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "heraciltbakim" kullanıcı isimli sayfanın 31.01.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Çatlak ve Selülit Tedavisi, İğneli Epilasyon, #dermapen, #vitaminlashbotox*" gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşa ait "Hera" başlıklı broşürde; "*İğneli Epilasyon, Selülit Tedavisi, Botox*" gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği ve kuruluşun adının '*Hera*' olarak nitelendirildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "heraciltbakim" kullanıcı isimli sayfanın 31.01.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; "*Çatlak ve Selülit Tedavisi, İğneli Epilasyon, #dermapen, #vitaminlashbotox*" gibi ifadeler ile tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, ayrıca tıbbi işlemlere ilişkin tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiğinin tespit edildiği,

Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak bu kuruluşların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı hüküm altına alınmış 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, tabiiler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin tanıtımını yaparak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31 ve Geçici 5/2 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 Neşe AKINCI 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.

130)

Dosya No: 2024/3476

Şikayet Edilen: Aysun KOÇ

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde şahsa ait “tevekkuldogum” kullanıcı isimli sayfalarda ve şahsa ait internet sitesinde yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 01.11.2023, 08.02.2024,03.07.2024,17.07.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "tevekkuldogum" kullanıcı isimli sayfanın 01.11.2023 ve 03.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Profesyonel Koç-Doula... Online Doğuma Hazırlık&Nefes Çalışmaları Atöyesi. Temmuz Ayı Tevekkül Doğum'a Hazırlık ve Nefes Çalışmaları Atöyesi Teknik bilgiler, Kur'an-ı Kerim ve Hadis-i Şerifler ile Gebelik, dogum ve emzirme süreçlerimize maddi manevi olarak hazırlık. Temmuz Ayı Atölye takvimi. Hediye: Emzirme Eğitimi ve Bebek bakımı (3 saat) İlk 4 Oturum Çevrim içi, Atölye saat 21:00-23:30 saatleri arasında gerçekleşmektedir. Emzirme ise kayıt olarak gönderilecektir. Katılmadığınız oturumları kayıttan artık (2 ay) izleme imkanına sahipsiniz. Atölye'de amaç, sizi sadece doğal doguma hazırlamak değil çünkü doğal doğum isteyen her anne aynı zamanda sezaryen ve sezaryen sonrası vajinal doğum (ssvd) adaydır. Sizi tam ve donanımlı olarak doğuma hazırlamak, olabilecekler hakkında bilgi sahibi olmanızı sağlamak ve haklarınızın farkındalığını oluşturmaktır. 20. Gebelik haftasından itibaren katılabilirsiniz. Her ay online grup Atölyesi düzenlenmektedir. GEBE OLMAK ŞARTTIR. *Eşli katılım değildir sadece anne adayımız ve bebeği katılmaktadır. Eşlerinizin yapması gerekenleri size anlatıyorum ve video gönderiyorum. Eşlerinize mektup göndermekteyim. Mahremiyete özen göstermenizi rica ederim. Doguma Hazırlı Nefes Eğitimi ve Nefes teknikleri Stres Yönetimi Muayene korkusu Vajinismus? Pilates ve pilates egzersizleri Doğumda maneviyat Lohusalık Aromaterapi Daha bir çok kapsamlı örnek ve bilgiler Atölye sonrası anne adaylarımıza katılım belgesi verilmektedir. Atölye ücretlidir, bilgi ve kayıt için Dm'den yazıp kaydınızı oluşturabilirsiniz. Kaydınızı aldıktan sonra sizi whatsapp grubumuza alıyorum ve grubumuzda kalabiliyorsunuz biz kocaman bir aileyiz,sizi de bekliyoruz... Doğumdan sonra kan atımı durana kadar hala bebeğinizi beslemeye devam ediyorsunuz... Gebelikte aniden kaşıntılar başlar ise bu acil bir durum habercisi olabilir. Tedbir için hekime gidin. karaciğer enzimlerinize bakılır. Belki de gebelik Kolestazi geçiriyor olabilirsiniz. Atölye de bu acil durumlara da değiniyoruz. Genelde doğum başlatılır ilaç tedavisi cevap vermezse ya da ilerlemişse burası çok teknik bizi aşar sizin durumunuza göre diyelim. sezaryen ile bitebilir... Günün ikinci #suyadoğum una hazırlanıyoruz. Rüya gibi bir doğumdu... Sezaryen operasyonu..." gibi ifadeler ile tıbbi girişim esnasında görüntülere,*

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 01.11.2023 ve 17.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Aysun Koç Doula. Doğuma, Emzirmeye hazırlık eğitimleri... Online Doğuma Hazırlık & Nefes Çalışmaları Atölyesi. Emzirme Eğitimi Hediyeli..."* gibi ifadelere,

www.tevekkuldogum.com adresli internet sitesinin 08.02.2024 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Doğum Desteği (Doula) Hizmeti... Doğuma Hazırlık Eğitimi... Fitoterapi Eğitimi... Emzirmeye Hazırlık Eğitimi... Emzirme Danışmanlığı Nedir? Emzirme danışmanlığı, emzirme döneminde desteğe ihtiyaç duyan, bu süreci kolaylaştırmak için neler yapabileceğini merak eden annelere destek olabilmek üzere özel olarak eğitim almış deneyimli profesyoneller tarafından verilen bir danışmanlık hizmetidir... Emzirme danışmanınız, öncelikle sizi dinler. Doğum hikayenizi, yaşadığınız güçlükleri ve kolaylıkları, yardıma ihtiyacınız olduğunu hissettiğiniz konuları sizinle konuşur ve yalnızca size özel bir destek programı oluşturur. Bir-iki saat süren ev ziyaretleri ile nasıl emzirdiğinizi gözlemler, desteğe ihtiyaç duyduğunuz noktalarda devreye girerek size yol gösterir. Emzirme pozisyonları ve sağma yöntemleri göstererek bunları size uygun olacak şekilde pratik etmenizi sağlar. Emzirme nedeniyle yaşadığınız meme ucu yaraları, sırt ağrıları gibi olumsuz etkileri hafifletebilmeniz için size pratik çözümler önerir. Emzirme dönemindeki beslenmenizi gözden geçirerek daha sağlıklı, daha fit kalabilmeniz için emzirme dönemine özel beslenme tüyolarını sizinle paylaşır. Eğer doğum öncesinde Emzirme ve Bebek Bakımı eğitimimize katıldıysanız, bu eğitimde öğrendiklerinizi pratikte de deneyimleyebilmeniz için sizi yönlendirir. Eğitim almadıysanız bile, önemli noktaları not edebileceğiniz birebir bir eğitim süreci oluşturabilir. Bu süreçlere eşlerin de dahil olması, her zaman desteklediğimiz önemli bir ayrıntıdır. Emzirme danışmanı, babaların da emzirme sürecinde aktif olarak rol almasını destekler ve bunun için ihtiyaç duyduğunuz bilgilere ulaşmanıza ve bu bilgileri pratik etmenize yardımcı olur. Eşlerin de dahil olduğu bir emzirme pratiği annenin hayatını kolaylaştırırken, anne-baba ve bebek bağlanmasını da güçlendirir..."* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "tevekkuldogum" kullanıcı isimli sayfanın 01.11.2023 ve 03.07.2024 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Profesyonel Koç-Doula... Online Doğuma Hazırlık&Nefes Çalışmaları Atöyesi. Temmuz Ayı Tevekkül Doğum'a Hazırlık ve Nefes Çalışmaları Atölyesi Teknik bilgiler, Kur'an-ı Kerim ve Hadis-i Şerifler ile Gebelik, dogum ve emzirme süreçlerimize maddi manevi olarak hazırlık. Temmuz Ayı Atölye takvimi. Hediye: Emzirme Eğitimi ve Bebek bakımı (3 saat) İlk 4 Oturum Çevrim içi, Atölye saat 21:00-23:30 saatleri arasında gerçekleşmektedir. Emzirme ise kayıt olarak gönderilecektir. Katılmadığınız oturumları kayıttan artık (2 ay) izleme imkanına sahipsiniz. Atölye'de amaç, sizi sadece doğal doguma hazırlamak değil çünkü doğal doğum isteyen her anne aynı zamanda sezaryen ve sezaryen sonrası vajinal doğum (ssvd) adayıdır. Sizi tam ve donanımlı olarak doğuma hazırlamak, olabilecekler hakkında bilgi sahibi olmanızı sağlamak ve haklarınızın farkındalığını oluşturmaktır. 20. Gebelik haftasından itibaren katılabilirsiniz. Her ay online grup Atölyesi düzenlenmektedir. GEBE OLMAK ŞARTTIR. *Eşli katılım değildir sadece anne adayımız ve bebeği katılmaktadır. Eşlerinizin yapması gerekenleri size anlatıyorum ve video gönderiyorum. Eşlerinize mektup göndermekteyim. Mahremiyete özen göstermenizi rica ederim. Doguma Hazırlı Nefes Eğitimi ve Nefes teknikleri Stres Yönetimi Muayene korkusu Vajinismus? Pilates ve pilates egzersizleri Doğumda maneviyat Lohusalık Aromaterapi Daha bir çok kapsamlı örnek ve bilgiler*

Atölye sonrası anne adaylarımıza katılım belgesi verilmektedir. Atölye ücretlidir, bilgi ve kayıt için Dm'den yazıp kaydınızı oluşturabilirsiniz. Kaydınızı aldıktan sonra sizi whatsapp grubumuza alıyorum ve grubumuzda kalabiliyorsunuz biz kocaman bir aileyiz, sizi de bekliyoruz... Doğumdan sonra kan atımı durana kadar hala bebeğinizi beslemeye devam ediyorsunuz... Gebelikte aniden kaşıntılar başlar ise bu acil bir durum habercisi olabilir. Tedbir için hekime gidin. karaciğer enzimlerinize bakılır. Belki de gebelik Kolestazi geçiriyor olabilirsiniz. Atölye de bu acil durumlara da değiniyoruz. Genelde doğum başlatılır ilaç tedavisi cevap vermezse ya da ilerlemişse burası çok teknik bizi aşar sizin durumunuza göre diyelim. sezaryen ile bitebilir... Günün ikinci #suyadoğum una hazırlanıyoruz. Rüya gibi bir doğumdu... Sezaryen operasyonu..." gibi ifadeler ile tıbbi girişim esnasına ilişkin görüntülere,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 01.11.2023 ve 17.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Aysun Koç Doula. Doğuma, Emzirmeye hazırlık eğitimleri... Online Doğuma Hazırlık & Nefes Çalışmaları Atölyesi. Emzirme Eğitimi Hediyeli..."* gibi ifadelere,

www.tevekkuldogum.com adresli internet sitesinin 08.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Doğum Desteği (Doula) Hizmeti... Doğuma Hazırlık Eğitimi... Fitoterapi Eğitimi... Emzirmeye Hazırlık Eğitimi... Emzirme Danışmanlığı Nedir? Emzirme danışmanlığı, emzirme döneminde desteğe ihtiyaç duyan, bu süreci kolaylaştırmak için neler yapabileceğini merak eden annelere destek olabilmek üzere özel olarak eğitim almış deneyimli profesyoneller tarafından verilen bir danışmanlık hizmetidir... Emzirme danışmanınız, öncelikle sizi dinler. Doğum hikayenizi, yaşadığınız güçlükleri ve kolaylıkları, yardıma ihtiyacınız olduğunu hissettiğiniz konuları sizinle konuşur ve yalnızca size özel bir destek programı oluşturur. Bir-iki saat süren ev ziyaretleri ile nasıl emzirdiğinizi gözlemler, desteğe ihtiyaç duyduğunuz noktalarda devreye girerek size yol gösterir. Emzirme pozisyonları ve sağma yöntemleri göstererek bunları size uygun olacak şekilde pratik etmenizi sağlar. Emzirme nedeniyle yaşadığınız meme ucu yaraları, sırt ağrıları gibi olumsuz etkileri hafifletebilmeniz için size pratik çözümler önerir. Emzirme dönemindeki beslenmenizi gözden geçirerek daha sağlıklı, daha fit kalabilmeniz için emzirme dönemine özel beslenme tüyolarını sizinle paylaşır. Eğer doğum öncesinde Emzirme ve Bebek Bakımı eğitimimize katıldıysanız, bu eğitimde öğrendiklerinizi pratikte de deneyimleyebilmeniz için sizi yönlendirir. Eğitim almadıysanız bile, önemli noktaları not edebileceğiniz birebir bir eğitim süreci oluşturabilir. Bu süreçlere eşlerin de dahil olması, her zaman desteklediğimiz önemli bir ayrıntıdır. Emzirme danışmanı, babaların da emzirme sürecinde aktif olarak rol almasını destekler ve bunun için ihtiyaç duyduğunuz bilgilere ulaşmanıza ve bu bilgileri pratik etmenize yardımcı olur. Eşlerin de dahil olduğu bir emzirme pratiği annenin hayatını kolaylaştırırken, anne-baba ve bebek bağlanmasını da güçlendirir..."* gibi ifadelere yer verildiğinin tespit edildiği,

Bilindiği gibi, Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, "ebe" olan meslek

mensuplarının görev alanları tanımlanmış olup; bu bağlamda gebelik öncesi dönemde gebeliğe hazırlık eğitimi ile anne babalığa ve doğuma hazırlık programlarının hazırlanması ve yürütülmesini sağlama ve gebelik, doğum ve doğum sonrası dönemde anne ve bebek sağlığını korumak ve geliştirmek için gerekli eğitim ve danışmanlık hizmeti verme, ayrıca anneye emzirme eğitimi verme, annenin bakım ve izlemine yapma görevlerinin ebelere verildiği,

Bununla birlikte, Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin Ek-3 Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesinin 3'üncü sırasında "fitoterapi" uygulamasının yer aldığı ve anılan uygulamaların Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde ve ilgili alanda "uygulama sertifikası" bulunan tabip ve sadece diş hekimliği alanında olmak üzere diş tabibi tarafından uygulanabileceğinin belirtildiği,

Bu bağlamda, sağlık alanında hizmet vermeye yetkili olmayan şahsın inceleme konusu tanıtımlarda, *"Online Doğuma Hazırlık, Doğuma, Emzirmeye Hazırlık Eğitimleri..."* gibi ebelerin görev alanına giren konularda eğitimler düzenlemesinin ve bu konularda bilgi vermesinin, ayrıca; *"Fitoterapi"* gibi sertifikalı tabip ve diş tabiplerinin görev alanlarına giren hususlarda hizmet sunduğu yönünde tanıtımlarda bulunmasının tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, bununla birlikte ilgili mevzuat gereği uzaktan sağlık hizmeti sunumunun sadece Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlandırılan ve faaliyet izin belgesi verilen kuruluşlarca gerçekleştirilebilecek olmasına karşın şahsın *"Emzirme Eğitimi ve Bebek bakımı (3 saat) İlk 4 Oturum Çevrim içi, Atölye saat 21:00-23:30 saatleri arasında gerçekleşmektedir. Emzirme ise kayıt olarak gönderilecektir. Katılmadığınız oturumları kayıttan artık (2 ay) izleme imkanına sahipsiniz."* gibi ifadelerle yer vererek sağlık alanında uzaktan hizmet sunumuna yönelik tanıtımlarda bulunması mevzuata aykırı olarak 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 47, 51, 54 ve Ek-13 üncü maddeleri,

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-b, 5/1-1 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 ve Ek/1-Ebe maddeleri,

-Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 4/1, 9/1, 12/1 ve "Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi" başlıklı Yönetmelik ekinin 3 üncü maddeleri,

-Uzaktan Sağlık Hizmetlerinin Sunumu Hakkında Yönetmelik'in 4/1-ç, 4/1-e, 8/1 ve 14/1-a maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 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 **Aysun KOÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

131)

Dosya No: 2024/4480

Şikayet Edilen: Naim Berker ALTUNTAŞ

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "uzm.dt.berkeraltuntas" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 20.05.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: berkeraltuntas.com.tr adresli internet sitesinin 20.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; "*Oral and Dental Health Specialist*" ifadesine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "uzm.dt.berkeraltuntas" kullanıcı isimli sayfanın 20.05.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; "*Estetik Gülüş Tasarımı... Lamine Veneers. Yaprak Diş Kaplama... İmplant Üstü Sabit Protez... Full arch implant supported fixed metal-based porcelain. Have a good smile! Tam ark implant destekli sabit metal altyapılı porselen. İyi gülüşler... Porselen Lamine -Yaprak Kaplama... Metal Supported Porcelain Veneer. Metal Destekli Porselen Kron. Hastama bu fotoğrafları paylaşmamıza izin verdiği için teşekkür ederim...*" gibi ifadeler ile öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiği; bununla birlikte şahıs "Uluslararası Sağlık Turizmi" alanında faaliyet göstermek adına Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmediği halde yabancı dilde tanıtımlara yer verdiği, ayrıca şahsın "*Ağız ve Diş Sağlığı Uzmanı, Protetik Diş Tedavisi Uzmanı*" gibi unvanlarla tanıtıldığı tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; berkeraltuntas.com.tr adresli internet sitesinin 20.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak; *"Oral and Dental Health Specialist"* ifadesine yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "uzm.dt.berkeraltuntas" kullanıcı isimli sayfanın 20.05.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak; *"Estetik Gülüş Tasarımı... Laminate Veneers. Yaprak Diş Kaplama... İmplant Üstü Sabit Protez... Full arch implant supported fixed metal-based porcelain. Have a good smile! Tam ark implant destekli sabit metal altyapılı porselen. İyi gülüşler... Porselen Lamine -Yaprak Kaplama... Metal Supported Porcelain Veneer. Metal Destekli Porselen Kron. Hastama bu fotoğrafları paylaşmamıza izin verdiği için teşekkür ederim..."* gibi ifadeler ile tedavinin etkilerini kıyaslayıcı ve talep oluşturan nitelikte öncesi ve/veya sonrası görsellere yer verildiği; bununla birlikte şahıs "Uluslararası Sağlık Turizmi" alanında faaliyet göstermek adına Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmediği halde yabancı dilde tanıtımlara yer vererek o alanda hizmet sunduğu yönünde tanıtımlarda bulunduğu, ayrıca şahsın *"Ağız ve Diş Sağlığı Uzmanı, Protetik Diş Tedavisi Uzmanı"* gibi unvanlarla tanıtıldığının tespit edildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesi ile sosyal paylaşım sitesinde yer alan ifadeler ve görseller 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 şahsın "Uluslararası Sağlık Turizmi" alanında yetkisi olmamasına rağmen o alanda hizmet sunduğu yönünde tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; 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 *"Ağız ve Diş Sağlığı Uzmanı, Protetik Diş Tedavisi Uzmanı"* şeklinde meslek mensubu tanımı yapılmamış olmasına rağmen inceleme konusu tanıtımlarda bu yönde unvanlar kullanılmasının ilgili mevzuata aykırı olarak tüketicileri aldatıcı, 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 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 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 **Naim Berker ALTUNTAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

132)

Dosya No: 2024/1834

İstanbul Memorial Sağlık Yatırımları Anonim Şirketi unvanlı şirkete ait www.memorial.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlara ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.

133)

Dosya No: 2024/5279

Şikayet Edilen: Pga Eğitim Danışmanlık Tur. Med. San. ve Tic. Ltd. Şti.

Şikayet Edilen Reklam: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şirkete ait "capitalakademii" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 20.12.2023, 07.07.2023, 25.07.2023, 15.09.2023, 27.11.2023, 15.08.2024, 27.08.2024, 29.08.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "capitalakademii" kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2023 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Lisans, Yüksek Lisans, Doktora... İkinci Üniversite İkinci Bahar! Giriş Sınavı Olmadan İstedğin Bölümde Oku... Psikoloji Lisans Avrupa Standartlarında Online Eğitim... Giriş Olmadan Üniversite Mezunu Ol! Online Lisans, Master ve Doktora Programları... Online*

Üniversite Bölümlerini Tanıyalım Klinik Psikoloji... İş Hayatında "Dr. Unvanı" Kazan! Yeni Bir Kariyer! Sınavsız, Puansız, Online, Türkçe...Mülakat Kuyruklarında Beklemek Yok, Dil Şartı Yok. Avrupa'nın En İyi Online Üniversitelerinde Klinik Psikoloji Master-Doktora'nı Yap, Mesleğinde Bir Adım Önde Ol! Avrupa'nın en seçkin online üniversitelerinde profesör ve doçentlerden uygulamalı eğitimler alacak, en iyi firmalarda staj yapma imkanı yakalayacaksınız. Geleneksel kampüs eğitimi yerine online kampüsün avantajlarından faydalan. Avrupa Diploması, Türkçe Eğitim, Sınavsız Uygulamalı... Avrupa'nın en iyi online üniversitelerinde Diş Hekimliği İşletmeciliği Yüksek Lisans Doktora okuma fırsatı! Profesör ve doçentlerden uygulamalı eğitimler alacak, en iyi firmalarda staj yapma imkanı yakalayacaksınız... Avrupa'nın en iyi online üniversitesinde Eczane İşletmeciliği Master- Doktora programını tamamlayın. Profesör ve doçentlerin danışmanlığında, AB standartlarında eğitim alın... Klinik Psikoloji Yüksek Lisans, Doktora ya da Bütünleşik Doktoranızı Tamamlayın Meslektaşlarınızdan Bir Adım Önde Olun. Dil Şartı Yok, Sınavsız, Puansız, Online...' gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "capitalakademii" kullanıcı isimli sayfanın 20.12.2023 tarihli profil sayfası görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlar ile 07,25.07.2023, 15.09.2023, 27.11.2023, 15,27,29.08.2024 tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"Lisans, Yüksek Lisans, Doktora... İkinci Üniversite İkinci Bahar! Giriş Sınavı Olmadan İstedikğin Bölümde Oku... Psikoloji Lisans Avrupa Standartlarında Online Eğitim... Giriş Olmadan Üniversite Mezunu Ol! Online Lisans, Master ve Doktora Programları... Online Üniversite Bölümlerini Tanıyalım Klinik Psikoloji... Diplomanla sektördeki yerini güçlendir... İş Hayatında "Dr. Unvanı" Kazan! Yeni Bir Kariyer! Sınavsız, Puansız, Online, Türkçe... oturduğun yerden Avrupa üniversitesinde okuyabilirsin diplomanla çalışma hayatında fark yarat... Mülakat Kuyruklarında Beklemek Yok, Dil Şartı Yok. Avrupa'nın En İyi Online Üniversitelerinde Klinik Psikoloji Master-Doktora'nı Yap, Mesleğinde Bir Adım Önde Ol! Avrupa'nın en seçkin online üniversitelerinde profesör ve doçentlerden uygulamalı eğitimler alacak, en iyi firmalarda staj yapma imkanı yakalayacaksınız. Geleneksel kampüs eğitimi yerine online kampüsün avantajlarından faydalan. Avrupa Diploması, Türkçe Eğitim, Sınavsız Uygulamalı eğitimler... Diş hekimliği işletmeciliği online eğitimle avrupa diploması alın. Avrupa'nın en iyi online üniversitelerinde Diş Hekimliği İşletmeciliği Yüksek Lisans Doktora okuma fırsatı! Profesör ve doçentlerden uygulamalı eğitimler alacak, en iyi firmalarda staj yapma imkanı yakalayacaksınız... Avrupa'nın en iyi online üniversitesinde Eczane İşletmeciliği Master- Doktora programını tamamlayın. Profesör ve doçentlerin danışmanlığında, AB standartlarında eğitim alın... Klinik Psikoloji Yüksek Lisans, Doktora ya da Bütünleşik Doktoranızı Tamamlayın Meslektaşlarınızdan Bir Adım Önde Olun. Dil Şartı Yok, Sınavsız, Puansız, Online... klinik psikoloji yüksek lisans doktora ya da bütünleşik doktoranızı tamamlayın melektaşlarınızdan bir adım önde olun. üniversite mezunları için klinik psikoloji avrupanın en seçkin online üniversitesinde yüksek lisans doktora ve bütünleşik doktora imkanı... Diplomanla çalışma hayatında fark yarat! Çağın mesleği yazılım mühendisliği oku diplomanla fark yarat... Uzaktan üniversite eğitimi ile kendi başarı hikayenizi yazın. İlk adımı atmaya hazır mısınız?...*

uzaktan yüksek lisans, doktora Avrupa'nın en iyi üniversitelerinde..." gibi ifadelerle yer verildiğinin tespit edildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan 'Avrupa'nın En İyi Online Üniversiteleri, Avrupa'nın en seçkin online üniversiteleri, Avrupa Diploması' gibi ifadeler ile sunulan eğitim ve verilen diplomanın Avrupa merkezli olduğu yönünde tanıtımlarda bulunulmasına rağmen Bakanlığımıza sunulan belgelerden eğitim verilen anlaşmalı üniversitelerin Avrupa merkezli olmadığına anlaşıldığı, bununla birlikte online eğitim sonucunda alınacak olan diplomanın Türkiye'de denkliği olmamasına karşın tanıtımlarda yer alan "Diplomanla çalışma hayatında fark yarat!" gibi ifadeler ile eğitimin sonunda verilen diploma ile Türkiye'deki meslek dallarında faaliyet gösterilebileceği yönünde bir algı oluşturulduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların 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 5/1-b, 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 **Pga Eğitim Danışmanlık Tur. Med. San. ve 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.

ÖRTÜLÜ REKLAM

134)

Dosya No: 2024/4268

Şikayet Edilen: Murat TORAMAN

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait olduğu tespit edilen "buyuksivashaber" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 25.06.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "buyuksivashaber" isimli Instagram hesabından yayınlanan 25.06.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "@hakaninsaatt58" adlı firmanın etiketine ve " *İnşaat sektörünün öncü isimlerinden olan Hakan Durna, "Hakan İnşaat" güvencesi ile Şehşamil Mahallesiinde yapımı devam eden ve tamamlanmak üzere olan yeni inşaat projemizde 3+1, 4+1 ultra lüks daireler ve dükkanlar için acele edin*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "buyuksivashaber" isimli Instagram hesabında yayınlanan 25.06.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "@hakaninsaatt58" adlı firmanın etiketine ve firma hakkında övücü, yönlendirici ifadeler yer verildiği, söz konusu firmanın kurumsal sosyal medya hesabına yönlendirme yapıldığı, ancak reklam, iş birliği ya da ortaklık ibarelerinin kullanılmadığı bu açıdan söz konusu markanın 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 **Murat TORAMAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

135)

Dosya No: 2024/3127

Şikayet Edilen: Vildan KILIÇ

Şikayet Edilen Reklam: Şirkete ait olduğu tespit edilen "benim_buyuk_mutlu_bedenim" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 24.12.2023, 05.05.2024, 10.05.2024, 18.05.2024, 26.05.2024, 01.06.2024, 03.06.2024

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: "benim_buyuk_mutlu_bedenim" isimli Instagram hesabından yayınlanan 24.12.2023 tarihli hikaye paylaşımında, "@banega.tr" etiketine ve "Trendyol" bağlantısına yer verildiği,

05.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, '@hobihobi000' etiketine ve "Güzel arkadaşımдан hem uygun fiyatlı, hem el emeği, kadın girişimciye destek olmak istiyorsanız bence hemen Songül'e ulaşabilirsiniz... Bu yazın favori çantası bu olacak." ifadelerine yer verildiği,

10.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@banega.tr" adlı markanın etiketine ve "Canlarım tişörtüm 2xl, pantolon taytım 5xl linki hikayede." ifadelerine yer verildiği,

18.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@mylinemoda" adlı markanın etiketine ve "Canlarım bendeki bedeni 50, o kadar rahat ve güzel ki.." ifadelerine yer verildiği,

26.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@nesedenbutik" adlı etikete ve "Beyaz saten elbise, tam büyük beden gelinler için evden çıkarken giymelik, nikahta giymelik..Canım neşe ablam getirmiş, bence bakmalısınız.." ifadelerine yer verildiği,

01.06.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, '@meltemin_hobileri' etiketine ve "Kardeşimin el emeği çantası, benim için tüm kadın girişimciler çom kıymetli, kardeşim de öyle emek veren tüm kız kardeşlerime selam olsun..." ifadelerine yer verildiği,

03.06.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@Koton" adlı markanın etiketine ve "Linki hikayemde canlarım, benimki 44 beden..." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "benim_buyuk_mutlu_bedenim" isimli Instagram hesabında yayınlanan 24.12.2023, 05.05.2024, 10.05.2024, 18.05.2024, 26.05.2024, 01.06.2024, 03.06.2024 tarihli paylaşımlarda, reklam, iş birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın bahsi geçen markaların örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımların;

- 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,

-Kozmetik Yönetmeliği'nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

136)

Dosya No: 2024/2963

Şikayet Edilen: Enfal NAYİR

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait olduğu tespit edilen "enfaldiner" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 08.12.2023, 26.12.2023

Yayımlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Şahsa ait "enfaldiner" isimli sosyal medya hesabından yayınlanan 08.12.2023 tarihli fotoğraf paylaşımında, "*Hayallerimin gerçeğe dönüştüğünü görmek, emeklerimi ellerimle tutmak çok başka hissettirdi bana. Çocukarımdan birini sizinle tanıştırmak için sabırsızlanıyorum. Bu postla da gözbebeğimin ismini sizinle paylaşmış olayım*" ifadelerine ve "@anfyistanbul" etiketine yer verildiği,

26.12.2023 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@anfyistanbul" adlı markanın etiketine ve "*Yıllardır hayalini kurduğum ilmek ilmek işlediğim markam bugün gerçek anlamda doğdu. Satıştayız kızlar.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "enfaldiner" isimli Instagram hesabında yayınlanan 08.12.2023 ve 26.12.2023 tarihli paylaşımlarda, "@anfyistanbul" isimli markanın etiketine ve söz konusu marka ile ilgili övücü ifadelere reklam, iş birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın yer verildiği bu kapsamda bahsi geçen markaların 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 **Enfal NAYİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

137)

Dosya No: 2024/3614

Şikayet Edilen: Selin ÖZHAN

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait olduğu tespit edilen "selinozhan" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 16.06.2023, 05.04.2024, 08.05.2024, 17.05.2024, 22.05.2024, 31.05.2024, 03.06.2024, 04.06.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Şahsa ait "selinozhan" isimli sosyal medya hesabından yayınlanan 16.06.2023 tarihli hikaye paylaşımında, "@vichy" markalı ürünlere yönlendiren "Trendyol" bağlantısına ve "*Cilt bakımı linkini güncelledim. Ordinary ve vichy 'i net almalısınız şu an indirimde.*" ifadelerine yer verildiği,

05.04.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@balloonjewellery" adlı markanın etiketine yer verildiği,

08.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@sankuaför" adlı kuaförün etiketine yer verildiği,

17.05.2024 tarihli video paylaşımında, "@mycros" ve "@mlaprotein" adlı markaların etiketine yer verildiği,

22.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@lorealparishaircare" ve "@nanofluencers" adlı markaların etiketine yer verildiği,

31.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@balloonjewelery" adlı markanın etiketine yer verildiği,

03.06.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@marksandspencerturkiye" ve "@narodcetinkaya" adlı markaların etiketine yer verildiği,

04.06.2024 tarihli video paylaşımında, "@gisou" adlı markanın etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen, "selinozhan" isimli Instagram hesabında yayınlanan 16.06.2023, 05.04.2024, 08.05.2024, 17.05.2024, 22.05.2024, 31.05.2024, 03.06.2024, 04.06.2024 tarihli paylaşımlarda, reklam, iş

birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın bahsi geçen markaların 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 **Selin ÖZHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

138)

Dosya No: 2024/3619

şikayet Edilen: Tuğçe GÜNAY

şikayet Edilen Reklam: şahsa ait olduğu tespit edilen "tugcccegunay" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 08.06.2022, 09.06.2022, 11.06.2022, 12.06.2022, 14.06.2022, 15.06.2022, 16.06.2022, 18.06.2022, 10.10.2022, 14.09.2022, 16.10.2022, 31.10.2022, 23.10.2022, 26.10.2022, 28.10.2022, 07.11.2022, 10.11.2022, 14.11.2022, 20.11.2022, 14.12.2022, 17.12.2022, 26.01.2023, 21.09.2023, 06.10.2023

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: şahsa ait "tugcccegunay" isimli sosyal medya hesabından ana ekranda yer alan "*Tuğceden*" isimli sabit klasörde muhtelif tarihlerde yayınlanan paylaşımlarda, "ruj", "pantolon", "siyah nokta bandı", "anne bebek canta", "ayakkabı", "ter önleyen roll on", "sa bakımı", "elbise", "anta", "rimel", "penti markalı ürünlere" ve "skechers markasına ait ürünlere" yönlendiren "Trendyol" bağlantısına yer verildiği,

Ana ekranda sabitli diğer klasör olan "*Bebek link 1*" isimli klasörde, muhtelif tarihlerde yayınlanan scooter, "bebek atal kaşık takımı", "bebek aktivite oyuncak", "yatıştırıcı stick", "bebek şapka", "yatak bariyeri", "Masa takımı", "bebek puzzle", "acil durum stick", "oyuncak", "bebek badi

Çamaşır" linklerine yönlendiren "Trendyol" bağlantısına ve "Vang" markasına ürünlere yönlendiren "Hepsiburada" bağlantısına yer verildiği,

21.09.2023 tarihli video paylaşımında, "@lcwaikiki" ve "@influo" etiketlerine yer verildiği,

06.10.2023 tarihli video paylaşımında, "@mango", "@zara", "@kotonkids_" etiketlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen, "tugcccegunay" isimli Instagram hesabında yayınlanan 08.06.2022, 09.06.2022, 11.06.2022, 12.06.2022, 14.06.2022, 15.06.2022, 16.06.2022, 18.06.2022, 10.10.2022, 14.09.2022, 16.10.2022, 31.10.2022, 23.10.2022, 26.10.2022, 28.10.2022, 07.11.2022, 10.11.2022, 14.11.2022, 20.11.2022, 14.12.2022, 17.12.2022, 26.01.2023, 21.09.2023, 06.10.2023 tarihli paylaşımlarda, reklam, iş birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın bahsi geçen markaların 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 **Tuğçe GÜNAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

139)

Dosya No: 2024/2933

Şikayet Edilen: Ecem AKMAN

Şikayet Edilen Reklam: Şahsa ait olduğu tespit edilen "ecemakman" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 01.03.2024, 02.04.2024, 10.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Şahsa ait "ecemakman " isimli Instagram hesabından yayınlanan 01.03.2024 tarihli video paylaşımında, "@tartecosmetic", "@rarebeauty", "@refybeauty", "@yslbeauty", "@makeuprevaluation" adlı markaların etiketine yer verildiği,

02.04.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "@manc" adlı markanın etiketine yer verildiği,

10.04.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@skims" adlı markanın etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait "ecemakman" isimli Instagram hesabında yayınlanan 01.03.2024 tarihli paylaşımında, "@tartecosmetic", "@rarebeauty", "@refybeauty", "@yslbeauty", "@makeuprevaluation" isimli markaların etiketine, 02.04.2024 tarihli paylaşımında, "@manc" isimli markanın etiketine, 10.04.2024 tarihli paylaşımında, "@skims" isimli markanın etiketine yer verildiği, ancak söz konusu paylaşımlarda herhangi bir reklam, iş birliği ibaresine yer verilmediği, dolayısıyla tüketicilerin reklam konusunda bilgilendirilmediği, böylece söz konusu firmalara yönlendirme yapmak suretiyle anılan markaların 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 **Ecem AKMAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

140)

Dosya No: 2024/3358

Şikayet Edilen: İzmirde Çevirme Medya Reklam A.Ş.

Şikayet Edilen Reklam: Firmaya ait "izmirdecevirme" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.04.2024

Yayınlandığı Mecra: İnternet

Tespitler: Firmaya ait "izmirdecevirme" isimli Instagram hesabından yayınlanan 28.04.2024 tarihli video paylaşımında, "1976 yılından beri 50'yi aşkın ülkede 800'den fazla merkeziyle faaliyet gösteren Gymboree Play & Music, İzmir Güzelbahçe'de açılıyor...Çok Yakında! @gymboreeizmir" ve "@gymboreeizmir" etiketine yer verildiği,

Aynı gün yapılan diğer bir video paylaşımında, "ÜLKEA'da baharın tadını çıkarmanın tam zamanı! Büyük indirimlerle baharı karşılamak isteyenler ÜLKEA'ya geliyor. Ev dekorasyonunuza baharın ferahlığını getirecek indirimler ve sürprizlerle dolu bir kampanya sizleri bekliyor. Profilo Isı Pompalı 9 kg Kurutma Makinesi alana, Arnica Filtre Kahve Makinesi sadece 999 TL. İki birlikte 18.999 TL Nirvana 3+3+1 Koltuk Takımı alana, Simfer 82 Ekran 32'' Uydu Alıcılı Led HD Televizyon sadece 999 TL. İki birlikte 42.990 TL Apricita Home Çeyiz Seti alana, Apricita Home 6 Parça Aile Bornoz Seti 999 TL. İki birlikte 9.490 TL Kütahya Porselen 12 Kişilik Yemek Takımı alana, Kütahya Porselen 12 Kişilik Kahvaltı Takımı 999 TL. Simfer 6210 6 Çekmeceli Derin Dondurucu alana, Arzum Forte Multi Blender Seti 999 TL Büyük indirimlerle baharı karşılamak için şimdi ÜLKEA mağazalarına gelin alışverişin keyfini çıkarın!" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Değerlendirme/Karar: Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "izmirdecevirme" isimli Instagram hesabından yapılan 28.04.2024 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **İzmirde Çevirme Medya Reklam A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

TÜTÜN VE ALKOL

141)

Dosya No: 2024/5430

Mey İçki Sanayi Ticaret Anonim Şirketi unvanlı firmaya ait www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan "wearethewalkers_tr" isimli kullanıcıya ait "Benim Ayaklarım Yere Basmıyor Diyenlerle Keşfin Heyacanına Beraber #YürüyoruzDİMİ" başlıklı reklamlara ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.

142)

Dosya No: 2024/5433

Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş. ve Onedio Bilişim Yazılım Medya Teknoloji San. Tic. A.Ş.'ye ait ve www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan Onedio Bilişim Yazılım Medya Tekn. San. Tic. A.Ş.'ye ait "onedio.com" isimli kullanıcı hesabı tarafından yayınlanan "Milli Takımda En Güvendiğin Oyuncu Kim?" başlıklı reklamlara ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.

143)

Dosya No: 2024/5438

Beydullah KAR tarafından www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan "absurdmuzik" isimli kullanıcıya ait "İki film müziği, On kayıt. Senin favorin hangisi?" başlıklı reklamlara ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak ilave araştırma yapılması istemiyle dosyanın **ertelenmesine** karar verilmiştir.