

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

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi : 12 Kasım 2024**

**Toplantı Sayısı : 351**

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

1)

**Dosya No: 2024/6451**

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

**Şikayet Edilen Reklam: "Aylık 10 GB Youtube" isimli ek pakete ilişkin reklam**

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024**

**Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, tüketicinin tarifesinde bulunan aylık mobil internet hakkını tükettiği, Türk Telekom mobil uygulaması üzerinden "Aylık 10 GB Youtube" isimli ek paketi satın aldığı, paket kapsamında kullanım yapıldığı, paketin kullanımına ilişkin "YouTube dışındaki video içerik sağlayıcılarından yapılan internet kullanımları paket kapsamında değerlendirilmeyecektir. YouTube uygulaması/web sitesi üzerinden yapılan reklam gösterimleri reklam sağlayıcılar tarafından yapıldığı için bu esnada kullanılan internet YouTube paketi kapsamında değildir ve kullanıcıların diğer paket ya da tarife kotaları kapsamında değerlendirilecektir." şeklinde bir istisnanın bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirket abonesi olan tüketicinin 26.04.2024 tarihinde "Aylık 10 GB Youtube" ek paketini satın aldığı, Youtube uygulamasında video izlerken söz konusu ek paket yerine mevcut mobil tarifesi kapsamındaki internet hakkından kullanım yapıldığı, bu hususta görüştüğü iki ayrı müşteri temsilcisi tarafından

herhangi bir çözüm sağlanamadığı ve söz konusu ek paketin Youtube Shorts isimli kısa videolar ile reklam gösterimlerinde geçerli olmadığı belirtilmesi, ancak internet sitesinde veya mobil uygulamada söz konusu paket tanıtımlarında ek paketin geçerli olmadığı kullanımlar ile Youtube uygulaması kullanıldığında mevcut mobil tarifede bulunan internet hakkından kullanım yapılacağına ilişkin herhangi bir istisnaya yer verilmediği iddialarına ilişkin olarak; “Aylık 10 GB Youtube” paketine yönelik tanıtımlarda kullanımlara dair herhangi bir istisnaya yer verilmediği iddiasının gerçeği yansıtmadığı, tanıtımının sadece internet sayfasında yer aldığı, ilgili sayfada “Paket Kapsamı ve Geçerlilik Detayları” başlığı altında ise reklam gösterimlerinin, farklı reklam sağlayıcılar tarafından yapıldığı için, pakete dahil olmadığı bilgisinin açık bir şekilde gösterildiği, başvuruda bulunan tüketicinin 01.05.2024 tarihinde Sil Süpür uygulaması üzerinden 1 hafta geçerli 3 GB internet hakkı kazandığı, Sil Süpür üzerinden kazanılan ücretsiz faydaların, tarife içerisinde yer alan ana paket ve ek paketlerden öncelikli olarak kullanıldığı, tüketicinin 01.05.2024 - 07.05.2024 tarihleri arasındaki Youtube kullanımlarının sil süpürden kazanılan paketten düşüldüğü, ilgili kampanyaya ait yalnızca <https://bireysel.turktelekom.com.tr/mobil/mevcut-musteri-tarife-ve-paketleri/tum-faturali-paketler/aylik-youtube-internet-paketweb> adresli internet sitesinde tanıtım faaliyeti gerçekleştirildiği, diğer taraftan tüketicilerin sosyal medya paketi kullanımı yaptığı esnada reklam çıkması, başka bir linke tıklaması ya da arka planda uygulama/sistem güncellemesi yapılması gibi paket kapsamı dışında tüketimlerin olabildiği ifade edilmişse de "Aylık 10 GB Youtube" isimli ek paketin somut olayda olduğu gibi doğrudan Türk Telekom mobil uygulaması üzerinden satın alınabildiği, ilgili uygulama ekranında sadece “*Paket İçeriği: YouTube yönüne fatura dönemi boyunca geçerli 10GB internet ayda sadece ...TL! Üstelik aylık YouTube Ek paketi alımlarınıza özel ilk 3 ay YouTube Premium Aboneliği hediye! Paketi aldıktan sonra "YouTube Premium" yazıp 5555'e gönderebilirsiniz. İptal etmediğiniz sürece paketiniz otomatik olarak yenilenecektir.*” bilgilerine yer verildiği, bu ortamda Youtube’daki reklam gösterimlerinin paket kapsamında olmadığına dair bir bilgiye yer verilmediği, mevcut durumda Youtube uygulamasında premium abonelik olarak ifade edilen ücretli izleme planı dışındaki kullanıcılara neredeyse her video öncesi reklam gösterimi yapıldığı, bazı durumlarda video öncesi reklam gösterimlerinin birden fazla olduğu ve kimi zaman videoların belirli kesitlerinde de reklam gösterimlerinin yapıldığı dikkate alındığında söz konusu paketin kullanımına ilişkin istisnaya mobil uygulama tanıtım ekranında yer verilmediği, yukarıda da ifade edildiği üzere ücretli bir Youtube izleme planı aboneliği olmayan tüketicilerin çok sayıda reklam gösterimine maruz kalabildiği, ancak önemli bir husustaki kısıtlamalara bahse mobil uygulama tanıtımlarında hiç yer verilmemesinin tüketiciler nezdinde söz konusu paketten Youtube uygulaması ve internet sitesinde herhangi bir sınırlama olmaksızın faydalanılabileceğine yönelik haklı bir beklenti uyandırdığı, reklamın ana vaadinin sağladığı avantajları büyük ölçüde ortadan kaldıracak ve buna benzer faydalar bulunduğu gerekçesiyle tüketicilerin abonelik kararını doğrudan etkileyebilecek nitelikte olduğu,

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, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6 ve 18/7 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, reklamın 7529 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un yayım tarihi olan 30.10.2024 tarihinden sonra da yayında olduğunun tespit edildiği de dikkate alınmak suretiyle 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **600.000-TL (Altyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

2)

**Dosya No: 2024/6452**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait <https://www.turkcell.com.tr/> adresli internet sitesinde yayınlanan "Işık hızında fiber interneti online'dan 2 ay ücretsiz alın" başlıklı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024**

**Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden tüketicilerin şirkete abone olduğu, bazılarının kampanyadan yararlanabildiği, reklamda kampanyanın fiyat bilgisi ile ilgili detaylara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.turkcell.com.tr/tr/ev-cozumleri?place=menu> internet adresinde yapılan "Işık hızında fiber interneti online'dan 2 ay ücretsiz alın" başlıklı reklamda "12 ay sözünüze, ilk 2 ay ücretsiz, son 10 ay 360 TL/ay 25 Mbps için geçerlidir." şeklinde yapılan tanıtıma rağmen Turkcell mobil uygulaması ve internet sitesinden başvuru yapılmak istendiğinde adres bilgileri girildikten sonra müşteri hizmetlerine yönlendirme yapıldığı ve müşteri temsilcisi tarafından ise şikayet konusu kampanyanın sadece çevrim içi başvurulara özel olduğunun belirtilerek kampanyadan faydalandırılmadığı iddialarına ilişkin olarak; şikayetçi tüketicilerin aktif olarak abone oldukları, bazılarının kampanyadan faydalandığı, müşterilerin online kanal üzerinden talep oluşturamamış olmalarının sebebinin ise tüketicilerin girmiş oldukları adreste ya başkası adına kayıtlı ya da başka hizmet sağlayıcı tarafından sunulan aktif bir abonelik bulunması olduğu ifade edilerek, 1 Haziran – 31 Temmuz 2024 tarihleri arasında kampanyadan faydalanan tüketici sayısı paylaşılmış olsa da kampanyadan yararlanabilmek için başvuru sürecinin baştan sonra internet

sitesi üzerinden tamamlanması gerektiği ve bunun için de internet sitesine girilen adreste başkası adına kayıtlı ya da başka hizmet sağlayıcı tarafından sunulan aktif bir abonelik bulunmaması şeklinde bir koşul bulunduğu yani abonelik tesisi için adres altyapısının müsait olmasının beklendiği ancak ilgili reklamın yayınladığı internet sayfasında bu duruma yer verilmediği gibi adres sorgulaması yapan ve sonucunda “*Seçtiğiniz adreste bulunan alt yapımızı detaylı kontrol edebilmemiz için "Sizi Aramamızı İster misiniz? bölümünden iletişim bilgilerinizi bırakmanızı rica ederiz. En kısa sürede sizi arayacağız. Anlayışınız için teşekkür ederiz.*” şeklinde bir mesaj ile karşılaşan tüketiciye kampanyadan yararlanıp yararlanmadığı ve yararlanamadıysa gerekçesi konusunda da açık ve anlaşılır bir bilgilendirme yapılmadığı,

Dolayısıyla, anılan reklamın ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

3)

**Dosya No: 2024/6453**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Günlük Sosyal Medya 4 GB" isimli pakete ilişkin kısa mesaj reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayımlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, tüketicinin Değerli Kamu 5GB isimli tarifeyi kullandığı, konuyla ilgili daha önce şirkete başvuruda bulunduğu, Sil Süpür üzerinden kazanılan sosyal medya paketi dışında tüketicinin aylık 10 GB mobil internet kullandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin 17 Mayıs günü Türk Telekom mobil uygulaması üzerinden "Günlük Sosyal Medya 4 GB" hakkı kazandığı ancak "Youtube" isimli platformda yapılan görüntülemeler sonrası mobil internet kullanım detaylarına bakıldığında kullanımların daha önce satın alınan aylık mobil data hakkından düşüldüğünün ve günlük sosyal medya paketinden neredeyse hiç kullanım yapılmamış olduğunun anlaşılması üzerine konunun müşteri hizmetlerine iletildiği ve kendisine Youtube uygulaması veya internet sitesi üzerinden yapılan reklam gösterimlerinin sosyal medya paketi kapsamında olmadığını belirtildiği ancak bu istisnaya hiçbir yerde yer verilmediği gibi kullanmakta olduğu tarifede de benzer şekilde "Whatsapp" isimli uygulamada yapılacak kullanımlarda mobil internetin ücretsiz olduğu belirtilmekteyse de anılan uygulama üzerinden görüntülü arama, konuşma gibi bazı iletişim seçeneklerinin bu kapsama dahil edilmediği iddialarına ilişkin olarak; "Değerli Kamu 5 GB" isimli tarife içerisinde yer alan Whatsapp faydasının sadece mesajlaşma ile sınırlı olduğu bilgisine tarife açıklamalarında yer verildiği, başvuruda bulunan tüketicinin 17.05.2024 tarihinde Sil Süpür üzerinden Youtube, Facebook, Instagram ve Twitter(X) yönlerinde geçerli günlük 4 GB internet hakkı kazandığı ve tüketicinin bu paketten kullanım yaptığı, zaten Sil Süpür üzerinden kazanılan faydaların öncelikli olarak kullandırıldığı, ancak Youtube yönünde de geçerli olan bu günlük sosyal medya paketinde Youtube reklamlarının paket kapsamında olmadığını internet sitesinde belirtildiği ve söz konusu pakete ilişkin aboneler tarafından olağan bir kullanım yapılsa dahi sosyal medya kullanımı esnasında farklı bir linke tıklanması, arka plan güncellemeleri gibi durumlar sebebiyle de paket dışı kullanımların yaşanabildiği ifade edilmiş olup, "Değerli Kamu 5 GB" isimli tarifede sunulan sınırsız Whatsapp faydasının "Yurt içi ücretsiz WhatsApp'ta sınırsız mesajlaşma" şeklinde sadece mesajlaşma ile sınırlı olduğu ve tüketicinin uygulama üzerinden kazandığı "Günlük Sosyal Medya 4 GB" paketinden öncelikli kullanımlar yaptığı anlaşılırsa da paket kapsamında en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarından olan Youtube'a ilişkin *"YouTube Paketleri kapsamında YouTube dışındaki video içerik sağlayıcılarından yapılan internet kullanımları paketler kapsamında değerlendirilmeyecektir. YouTube uygulaması/web sitesi üzerinden yapılan reklam gösterimleri reklam sağlayıcıları tarafından yapıldığı için bu esnada kullanılan internet, YouTube Paketleri kapsamında değildir ve kullanıcıların varsa diğer paket ya da tarife kotaları kapsamında değerlendirilecektir."* şeklinde bir istisna yer aldığı, mevcut durumda Youtube uygulamasında premium abonelik olarak ifade edilen ücretli izleme planı dışındaki kullanıcılara neredeyse her video öncesi reklam gösterimi yapıldığı, bazı durumlarda video öncesi reklam gösterimlerinin birden fazla olduğu ve kimi zaman videoların belirli kesitlerinde de reklam gösterimlerinin yapıldığı dikkate alındığında söz konusu sosyal medya paketine ilişkin istisnanın sadece internet sitesinde yer aldığı, paketi kullanma hakkını, Sil Süpür isimli abonelere haftalık ücretsiz olarak çeşitli faydalar sağlayan programı Türk Telekom mobil uygulaması üzerinden kullanarak kazanan tüketiciye ilgili faydayı kullanıma başlayabileceği bilgisi kısa mesaj olarak iletilirken sadece; *"Sil Süpür Kampanyasından kazandığınız X, Instagram, Facebook ve Youtube'da geçerli Günlük Sosyal Medya 4GB paketi hattınıza tanımlanmıştır."* ifadelerine yer verildiği, bu faydayı mobil uygulama üzerinden kazanan ve kullanmaya başlanabileceği bilgisini de kısa mesaj ile edinen tüketiciye mesajın devamında Youtube reklam gösterimlerinin paket kapsamında olmadığını belirten bir bilgilendirme de yapılmadığı, yukarıda da ifade edildiği üzere ücretli bir plan abonesi olmayan tüketicilerin çok sayıda reklam gösterimine maruz kalabildiği, ancak önemli bir husustaki kısıtlamalara bahse konu kısa mesaj

tanıtımlarında hiç yer verilmemesinin tüketiciler nezdinde söz konusu pakette sayılan sosyal medya uygulamalarında herhangi bir sınırlama olmaksızın faydalanılabileceğine yönelik haklı bir beklenti uyandırdığı, reklamın ana vaadinin sağladığı avantajları büyük ölçüde ortadan kaldıracak ve buna benzer faydalar bulunduğu gerekçesiyle tüketicilerin abonelik kararını doğrudan etkileyebilecek nitelikte olduğu,

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, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6 ve 18/7 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş.** 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.

4)

**Dosya No: 2024/6454**

**Şikayet Edilen: TTnet Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait <https://bireysel.turktelekom.com.tr/evde-internet/yeni-musteri-kampanyalari> adresli internet sitesinde yer alan "Online'a Özel Efsane Fiber Kampanyası" başlıklı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2024**

**Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, tüketicinin internet üzerinden "Online'a Özel Efsane Fiber Kampanyası/1000 Mbps Limitsiz" başlıklı sabit internet kampanyasına başvurmak istediği, adres bilgisi girilerek yapılan altyapı sorgulaması sonrası farklı kampanya ve paketlerin sistem üzerinden teklif edildiği, farklı bağlantı hızlarına ilişkin sunulan tekliflerin de "Online'a Özel Efsane Fiber Kampanyası" başlıklı olduğu, 100 Mbps hız tercih edilerek yapılan seçim sonrası altyapı hizmet türünün "Yalın Hipernet(VDSL İnternet)" olarak belirtildiği, belirli bir dönem için kampanya kapsamında 100 Mbps hız abonesi

olan tüketicilerin çoğunluğunun fiber altyapı kullandığı ancak DSL altyapı kullanan tüketiciler de bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://bireysel.turktelekom.com.tr/evde-internet/yeni-musteri-kampanyalari> adresli internet sitesi üzerinden "Online'a Özel Efsane Fiber Kampanyası/1000 Mbps Limitsiz" başlıklı kampanyadan faydalanmak için abonelik başvurusunda bulunan tüketiciye, adres bilgilerini girmesi sonrası altyapının uygun olmadığına dair bir mesaj iletildiği ve diğer tarife seçeneklerinin teklif edildiği, tüketicinin bu seçeneklerden "Online'a Özel Efsane Fiber Kampanyası/100 Mbps Limitsiz" seçeneğini seçerek başvuruda bulunmak istediği ancak tarife taahhütnamesi ile ön bilgilendirme formu ve mesafeli satış sözleşmesinde bağlantı türünün "VDSL İnternet" olarak gözüktüğü, tüketicinin kampanya isminde "fiber" ibaresi geçmesinden dolayı fiber altyapı kullanılan bir hizmete abonelik yaptıracağını düşündüğü iddialarına ilişkin olarak; Online'a Özel Efsane Fiber Kampanyası kapsamında ADSL, FTTC, FTTB, FTTH gibi tüm altyapılara uygun paketler yer aldığı, kampanya kapsamında 16, 24, 50, 100, 200, 500, 1000 Mbps hız paketlerinin bulunduğu, 200 Mbps ve üzeri hızların sadece eve kadar fiber altyapıda sunulabilirken bunun altında kalan hızların binaya kadar fiber altyapının yanında diğer altyapılarda da sunulabildiği, tanıtımlarda altyapı bilgilendirmelerine yer verildiği, internet sitesinde verilen taahhütname örneğinde de hızların altyapıya göre ayrı ayrı gösterildiği, tüketicilerin sadece tanıtımlar üzerinden abonelik yaptırılmaları gibi bir durum olmadığı, altyapı sorgulamasının yapılması gerektiği, sorgulama sonrası bayi/çağrı merkezi aracılığı ile gerekli tüm bilgilerin tüketicilere iletildiği, Online'a Özel Efsane Fiber Kampanyası - 100 Mbps Hız kampanyası kapsamında Haziran ayının ilk yarısında abone olan tüketicilerin çoğunun fiber altyapıda olduğu ifade edilmişse de kampanya başlığında tüm bağlantı türlerini kapsayacak daha genel bir terim yerine "fiber" ibaresinin kullanıldığı, fiber bağlantı türünün Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından da kabul gören kapsamının eve/binaya kadar fiber (FTTH/B) ile sınırlı olduğu, VDSL2 teknolojisinin kullanıldığı FTTC mimarisi bakır şebeke kapsamında ele alınmakta iken, FTTN mimarisinin ise yine FTTC mimarisine yakınsadığı, bu anlamda sadece 200 Mbps üzeri hızlar için eve kadar fiber altyapısı sunulabildiği belirtilmişken ADSL dahil tüm bağlantı türlerinin sunulduğu bir sabit internet hizmeti reklam başlığında "fiber" ibaresinin kullanılmasının tüketici nezdinde kampanya kapsamındaki sunulan bağlantıların fiber altyapı ile sağlandığı yönünde haklı bir beklenti yaratabileceği ve mesleki özenin gereklerine uymadığı,

Dolayısıyla, anılan reklamın ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

5)

**Dosya No: 2024/6455**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Digitürk tarafından (bayi-müşteri temsilcileri) telefon araması yoluyla gerçekleştirilen ticari uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 2024

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

**Tespitler:** Başvuru eki ve şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, tüketicinin abonelik sözleşmesinin kurulduğu ve bu sözleşmeye istinaden kurulum aşamasının öncesinde müşteri temsilcisi ile görüşme yaptığı, abonelik bilgilerini içeren ve tüketici tarafından onaylanması gereken bir kısa mesajın gönderildiği, son durumunda ise aboneliğinin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; abonelik sözleşmesi kurulmadan önce gerçekleştirildiği anlaşılan görüşmeye ilişkin kayıta tüketiciye söz konusu abonelik ile ilgili fiyat dahil bütün esaslı unsurlara ilişkin bilgilerin iletildiği, görüşmenin başında "*Digitürk'ten ulaşım sağlıyorum sizlere ismim ...*" bilgisi verildikten sonra paketin içeriği ve ücreti konusunda bilgilerin verildiği, tüketicinin de 17.05.2024 tarihinde onay verdiği, yine abonelik ile ilgili esaslı bilgiler ile "*Digitürk Uydu üyeliği kampanyasıdır. Digitürk, Uydu + Internet kampanyalarını sadece Digitürk Internet markası ile yapılmaktadır. Diğer Internet operatörleri ile ortak kampanyamız bulunmamaktadır.*" uyarısının yer aldığı teyit mesajını da onayladığı, 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 ortalama bir tüketicinin makul bir sürede değerlendirebileceği şekilde iletildiğinin ortaya konabilmesi halinde artık haksız bir ticari uygulamadan bahsedilemeyeceği, tüketici tarafından haksız ticari uygulamanın konusunu oluşturduğu iddia edilen görüşme kaydına ilişkin olarak ise herhangi bir bilgi/belge bulunmadığı değerlendirilmiş olup,



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

6)

**Dosya No: 2024/2310**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Şirkete ait <https://www.vodafone.com.tr/numara-tasima-yeni-hat/tarifeler> adresli internet sitesinde "*Yalın Fırsat Tarifeler*" başlığı altında yer alan paket tekliflerine ilişkin "*Son fırsat*", "*Sınırlı süreli*" başlıklı reklamlar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** 29.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan başvuruda, şirkete ait <https://www.vodafone.com.tr/numara-tasima-yeni-hat/tarifeler> adresli internet sitesinde, "*Yalın Fırsat Tarifeler*" başlığı altında yer alan paket tekliflerine ilişkin "*Son fırsat*", "*Sınırlı süreli*" gibi ifadelerle birlikte sayaç kullanılarak belirli bir süre için geri sayım başlatıldığı, bu sürenin sonunda ise söz konusu paketlerin aynı içerik ve fiyat bilgisi ile sunulmaya devam ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait [www.vodafone.com.tr/numara-tasima-yeni-hat/tarifeler](https://www.vodafone.com.tr/numara-tasima-yeni-hat/tarifeler) adresli internet sitesinde, "*Yalın Fırsat Tarifeler*" başlığı altında yer alan paket tekliflerine ilişkin "*Son fırsat*", "*Sınırlı süreli*" gibi ifadelerle birlikte belirli bir süre için geri sayım başlatıldığı, bu sürenin sonunda ise söz konusu paketlerin aynı içerik ve fiyat bilgisi ile sunulmaya devam ettiği, her ne kadar şirket tarafından kampanyanın 3 ve 6 günlük sürelerle tüketicilere sunulduğu ve ani bir karar verilmesini sağlamayı amaçlamadığı ifade edilmiş ise de söz konusu kampanyanın süresinin defaatle uzatılacak olmasının tüketiciler tarafından önceden bilinmediği ve tanıtımlarda geri sayım sayacının da kullanıldığı dikkate alındığında kampanyanın yakın zamanda sona erecek bir fırsat olduğu yönünde algılanmasına yol açtığı, kampanyanın geçerlilik süresinin uzatılmasında belirli bir kıstasın olmadığı, zira kampanyanın ilk kısmının 26.02.2024 23:59'da sona erip yeterli talep olmadığından bahisle 26.02.2024 23:59'da tekrar yenilendiği argümanı karşısında kampanyanın sona erme tarih ve saati ile kampanyanın yeniden başladığının iddia edildiği tarih ve saatinin birebir çakışmakta olması nedeniyle kampanyanın kesintisiz devam ettiğinin anlaşıldığı, bu nedenle, anılan reklamın tüketicileri aldatici ve yanıltıcı olduğu, bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu, 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, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 18/1, 18/2, 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 7 ve 22 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Vodafone Telekomünikasyon 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 reklamlar ile ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

7)

**Dosya No: 2024/6472**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Ezber Bozan Tarifeler" isimli paketlere ilişkin şirket bayisinde gerçekleştirilen afiş reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, 2024 Mayıs ayı itibariyle Ezber Bozan 1000 dakika + 20GB paketini kullanan abone sayısı ile aynı tarihte tüm Ezber Bozan tarifelerinde yer alan abone sayısına ilişkin verilerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin Antalya Terracity isimli alışveriş merkezinde bulunan şirket bayisinde tekrar Türk Telekom aboneliği için işlem yaptırmak istediği, bayide verilen bilgiler doğrultusunda 20 GB internet, 250 SMS ve 1000 DK içerikli ve aylık ücreti 315 TL olan bir paketi seçtiği, bayideki işlemler sonrası ilgili belgelerin verilmediği ve sonrasında söz konusu tutarın ancak taahhüt verilmesi halinde geçerli olacağı öğrenildiği, reklam örneğinde söz konusu fiyatın taahhüt verilmesi halinde geçerli olacağı bilgisine kolay ve anlaşılır bir şekilde yer verilmediği iddialarına ilişkin olarak her ne kadar şirket tarafından tüketicinin kendi isteği ve talebi doğrultusunda Ezber Bozan Tarifelerine abone olduğu, tarifelere ilişkin bayide yer alan görselde yer verilen fiyatların 12 ay taahhüt karşılığında geçerli olan fiyatlar olduğu ve bu bilgi ile taahhüt süresi ve taahhüdün verilme yöntemi gibi tüketicinin satın alma kararına etki edebilecek tüm bilgilere görselde açık bir

şekilde yer verildiği ifade edilmiş ise de sunulan fiyatın taahhüt verilmesi halinde geçerli olacağı bilgisinin ortalama tüketicinin yeterli bir kıyaslama ve değerlendirme yapabilmesine imkan sağlayacak şekilde, fiyat bilgisi ile aynı alanda ve kolayca anlaşılabilir büyüklükte sunulmadığı, fiyat bilgisinin verildiği alanda fiyatın taahhüt verilmesi halinde geçerli olacağına dair bir koşul, istisna bulunduğu yönelik bir bilgi verilmediği gibi alt metinde verilen "*yeni gelene, 12 ay sözünüze*" bilgisinin ise ortalama bir tüketicinin kolayca algılayabileceği biçimde olmadığı, bu nedenle anılan reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, ortalama tüketicinin algılama düzeyi ile reklamın tüketici üzerindeki olası etkisi göz önünde bulundurulduğunda gerçeği yansıtmadığı, tüketici mağduriyetine yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **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.

8)

**Dosya No: 2024/6473**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** TOD TV uygulamasında "*2023-2024 Yıllık Süper Lig Paketi ve Sporextra / Eğlence Bundle Kampanyası*" isimli pakete ilişkin gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj

**Tespitler:** Şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, söz konusu kampanyaya ilişkin yalnızca kısa mesaj ile iletişim yapıldığı ve bahse konu kısa mesajın gönderildiği kullanıcı sayısı ile kampanyadan yararlanan kullanıcı sayılarına ilişkin verilerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirket tarafından 10.06.2024 tarihinde tüketicinin cep telefonuna defaatle "*TOD ailesine geri dönmenin tam zamanı! Yeni sezonda en uygun fiyatla tüm Süper Lig maçlarını, Türkiye'den ve dünyadan canlı spor karşılaşmaları, en sevilen film ve dizileri ayda sadece 129 TL'ye izleyebilirsiniz. Fırsattan yararlanmak için www.todtv.com.tr/kullanici/paketler tıkla! Teklifini Hesabım/Paketlerim sayfasında görebilirsiniz!*" içerikli TOD TV uygulaması için kişiye özel indirim tanımlandığını içeren kısa mesaj gönderildiği, söz konusu mesajda yer alan "*yeni sezonda en uygun fiyatla tüm Süper Lig maçlarının*" izlenebileceğine dair bilgilendirmeye istinaden tüketicinin paketi satın aldıktan sonra uygulamada, "*2023-2024 Yıllık Süper Lig Paketi ve Sporextra / Eğlence Bundle Kampanyası*" ibareleri ile lig paketinin 2023/24 sezonuna, bir başka deyişle geçmiş sezona ilişkin olduğunu fark ettiği ve şirkete ulaşma çabalarının sonuçsuz kaldığı iddialarına ilişkin olarak her ne kadar şirket tarafından tüketicinin satın almış olduğu "*Yıllık Süper Dolu Paket*"in kendisine iletilen SMS içeriğine uygun olarak 2024-2025 Trendyol Süper Lig maçlarını kapsadığı, bahse konu paketin 2023-2024 sezonuna ilişkin olduğu bilgisinin kısa bir süreliğine sehven ilgili alanda yer aldığı ve akabinde güncellendiği, bu durumun paketi satın alan tüketicilerin kullanımını etkilemediği ifade edilmiş ise de şikayete konu reklamın ortalama tüketicilerde benzer şekilde yorumlanmaya müsait olduğu, tüketicinin 2024-2025 sezonu için abone olduğu yayın paketinin uygulamada "*2023-2024 Yıllık Süper Lig Paketi*" ibareleri ile sunulmasının bu hususta yeterli bir iç kontrol mekanizması öngörülmediğini ortaya koyması sebebiyle mesleki özen gereklerine de aykırı olduğu ve dolayısıyla söz konusu tanıtımın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların,

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

9)

**Dosya No: 2024/6474**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "*Sporun Yıldızı*" isimli pakete ilişkin kısa mesaj yoluyla gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa Mesaj

**Tespitler:** Şikayet edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgelerden, ilgili kısa mesajın Temmuz 2024 tarihi boyunca online işlem merkezi çağrı merkezi kanalıyla gönderildiği üyelik sayısı ile online işlem merkezi kanalı ve çağrı merkezi kanalı üzerinden ilgili kampanyadan yararlanan üye sayısına ilişkin verilerin paylaşıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin kullanmakta olduğu Sporun Yıldızı isimli pakete ilişkin taahhüdünün 3 ay sonra bitecek olması nedeniyle %300 zam gelmemesi için taahhüdün bitmesinden 3 ay önceden şirket tarafından tüketiciye defaatle aylık 572 TL tutarında kampanyalı fiyat teklifine ilişkin SMS gönderildiği, SMS'te yer alan linke tıkladığında böyle bir kampanya bulunmadığı ve teklifin aylık 749 TL olarak görüntülediği ifade edilmiş ise de şirket tarafından tüketiciye üyelik numarasını da içerir şekilde "*Size Özel Teklifimiz*" başlığı altında "*Sporun Yıldızı*" isimli paketin 572 TL tutar üzerinden teklif edildiğine ilişkin sunulan görseller dikkate alındığında artık şirketin dürüstlük kuralına aykırı herhangi bir eylemi olmadığı gibi mevcut durumda tüketiciye abonelik sürecinin ilk etabında ücret konusunda yanlış ve yanıltıcı bilgi verildiğini ortaya koyan bir bilgi ve belge bulunmadığı ve ortalama tüketicinin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açılacak bir uygulamada bulunulduğundan söz edilemeyeceği, bu süreçte tüketiciye söz konusu kampanyaya dair gerekli ve doğru bilgilerin iletildiğinin ortaya konabilmesi halinde artık aldatıcı ve yanıltıcı bir tanıtımdan 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 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

## **DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI VE TEKNOLOJİ**

10)

**Dosya No:** 2024/3761

**Şikayet Edilen:** Kilim Mobilya Anonim Şirketi

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait [www.kilimmobilya.com.tr](http://www.kilimmobilya.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan "*Şile Koltuk Takımı*" adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kilimmobilya.com.tr adlı internet sitesinde, "*Şile Koltuk Takımı 40.361 TL 30.495 TL*" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait www.kilimmobilya.com.tr adlı internet sitesinde ve bayilerde satışı yapılan "*Şile Koltuk Takımı*" adlı ürünün 24.05.2024 tarihinde 40.361 TL'den üzerinden yapılan indirimle 30.495 TL'den satışa sunulduğu şeklinde tanıtımlara yer verilmesine rağmen ürünün hiçbir zaman ilk fiyatından satılmadığı, tanıtımda yer verilen indirimin gerçeği yansıtmadığı, söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri ile stok bilgisine kampanya görsellerinde yer verilmediği, üzeri çizili fiyat olan 40.361 TL'nin reklam tarihinden önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat olduğunun ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 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 **Kilim Mobilya 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.

11)

**Dosya No: 2024/3774**

**Şikayet Edilen: İstikbal Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait www.istikbal.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "*Yeni Yılın İlk Hediyesi İstikbal'den*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde, reklam görselinde "*Yeni Yılın İlk Hediyesi İstikbal'den... Belirli Yatak + Baza Alımlarında Airfryer Hediye. Mağazalarda Geçerlidir..*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu kampanyanın başka kampanyalarla birleştirilmemek şartıyla 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.

12)

**Dosya No: 2024/3795**

**Şikayet Edilen: SDA Mutfak Gereçleri Satış ve Dağıtım A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait www.shopkenwoodworld.com.tr adresli internet sitesinde ve tanıtma kullanma kılavuzunda yer alan "Kenwood MOA25.600BK Air Fryer + Fırın-Siyah" adlı ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.01.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu

**Tespitler:** www.shopkenwoodworld.com.tr adlı internet sitesinde "Kenwood MOA25.600BK Air Fryer + Fırın-Siyah" adlı ürünün özellikleri arasında "... Dönen Kızartma Tepsisi..." ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait www.shopkenwoodworld.com.tr adlı internet sitesinde ve tanıtma ve kullanma kılavuzunda "Kenwood MOA25.600BK Air Fryer + Fırın-Siyah" adlı ürünün airfryer programında sepet aksesuarı kullanılarak ve dönerek patates kızarttığı belirtilmesine rağmen tüketiciye gönderilen üründe sepetin dönmediği ve böyle bir özelliğinin bulunmadığı 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, 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 **SDA Mutfak Gereçleri Satış ve Dağıtım 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.

13)

**Dosya No: 2024/3797**

**Şikayet Edilen: Direnç Dayanıklı Tüketim Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete tarafından www.pttavm.com adresli internet sitesinde yayınlanan "*Awox B206500S Frameless 4K Ultra HD 65"165 Ekran Uydu Alıcılı Android Smart LED TV*" adlı ürüne ait reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.01.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.pttavm.com adresli internet sitesinde "*DİRENÇ DTM*" satıcı adı ile satışı yapılan "*Awox B206500S Frameless 4K Ultra HD 65"165 Ekran Uydu Alıcılı Android Smart LED TV*" adlı ürününün hem faturasında hem de reklam görsellerinde YouTube, Netflix gibi çeşitli internet ve sosyal medya uygulamalarına sahip akıllı (Smart) TV ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirket tarafından www.pttavm.com adresli internet sitesinde "*DİRENÇ DTM*" satıcı adı ile satışı yapılan "*Awox B206500S Frameless 4K Ultra HD 65"165 Ekran Uydu Alıcılı Android Smart LED TV*" adlı ürüne ait reklamlarda ve tanıtma kullanma kılavuzunda ürünün YouTube, Netflix gibi çeşitli internet ve sosyal medya uygulamalarına sahip akıllı TV olduğu belirtilmesine rağmen tüketiciye gönderilen üründe bu uygulamaların kullanılmadığı ve ürünün akıllı TV özelliği taşımadığı 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, 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 **Direnç Dayanıklı Tüketim Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzebinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.



14)

**Dosya No: 2024/4409**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirkete ait “hepsiburada” adlı uygulama üzerinden yayımlanan “Hepsiburada Premium Worldcard” başlıklı taksitli satış reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda, “Apple Iphone 15 128 GB” ve “Huawei Pura 70 Ultra 16 512GB Yeşil” adlı ürünlerin tanıtımlarında “Hepsiburada Premium Worldcard - Peşin fiyatına 12 taksitle öde, 1.000 TL hediye kazan, Her alışverişte %8 kazan, Yemeksepeti'nde %10 kazan” ifadelerine yer tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “hepsiburada” adlı mobil uygulama üzerinden yayımlanan muhtelif cep telefonu reklamlarında yer alan “Hepsiburada Premium World Kart - Peşin fiyatına 12 taksitle öde, 1.000 TL hediye kazan, Her alışverişte %8 kazan, Yemeksepeti'nde %10 kazan” ifadelerine istinaden tüketicilerin “Hepsiburada Premium World Kart” başvurusunda bulunarak cep telefonlarını taksitle satın almak istedikleri, ancak ödeme aşamasında “12 taksit” seçeneğinin sunulmadığı ve tüketicilere Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu’nun ilgili mevzuatı uyarınca cep telefonlarına 12 taksit yapılmasının mümkün olmadığı bilgisinin verildiği, dolayısıyla taksitlendirme bilgisi konusunda eksik bilgi taşıyan söz konusu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve tüketicileri aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-d, 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 **D-Market Elektronik Hizmetler 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.

15)

**Dosya No: 2024/5029**

**Şikayet Edilen: Easycep Bilişim ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “<https://cihaz-sat.easycep.com/?channelLayoutVisibility=28>” URL adresinde yayımlanan “*Easycep/Amazon Takas Kampanyası*” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “<https://cihaz-sat.easycep.com/?channelLayoutVisibility=28>” URL adresinde yayımlanan “*Easycep/Amazon Takas Kampanyası*” başlıklı reklamda, “*Amazon takas kampanyası ile 4 adımda eski telefonunu yenisiyle değiştir, Eski telefon modelini seç ve ön fiyat teklifini gör, Amazon.com.tr üzerinden yeni telefon siparişini tamamla, sipariş numaranı forma gir\*, Eski telefonunu ücretsiz bir şekilde bize gönder, Eski telefonunun değerlendirilmesi sonrası son teklifi onayla ve ödemeni al*” ve “*Cihazınız bize ulaştıktan sonra 1 iş günü içerisinde telefon numaranıza son fiyat teklifi iletilecektir. Teklifi kabul ettikten 1 iş günü sonra eski telefon satışı ödemeniz gerçekleştirilecektir. Eğer ek destek kampanyasından yararlanıyorsanız teklifi kabul ettikten 30 gün sonra ek destek ödemeniz gerçekleştirilecektir.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “<https://cihaz-sat.easycep.com/?channelLayoutVisibility=28>” URL adresli internet sitesinde yayımlanan reklamlarda “*...Eğer ek destek kampanyasından yararlanıyorsanız Amazon'dan yeni aldığınız telefonu iptal veya iade etmemeniz koşuluyla teklifi kabul ettikten 30 gün sonra ek destek ödemeniz EasyCep tarafından gerçekleştirilecektir.*” ifadesine yer verilmesine karşın “*amazon.com.tr*” adresli internet sitesinden 27 Mayıs 2024, 26 Haziran 2024 ve 22 Temmuz 2024 tarihlerinde “*eski cep telefonunu getirene 8.000 TL takas desteği*” kampanyasına katılarak cep telefonu satın alan tüketicilere vaat edilen 8.000 TL'lik ek destek tutarının teklif kabul edildikten 30 gün sonra ödenmediği, dolayısıyla gerçeği yansıtmayan 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-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 **Easycep Bilişim ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

16)

**Dosya No: 2024/5632**

**Şikayet Edilen: Mustafa YILMAZ (Asfiya Bilişim Teknolojileri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Mobill Covers" adlı işletmede yayımlanan "Kırılmaz Cam" adlı ürüne yönelik indirimli afiş reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, "Kırılmaz Cam" adlı ürünün fiyatının 199 TL'den 99 TL'ye indirildiğine ilişkin tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Magnesia Alışveriş Merkezi'nde faaliyet gösteren "Mobill Covers" adlı işletmede yayımlanan afiş reklamlarında, "Kırılmaz Cam" adlı ürünün fiyatının 199 TL'den 99 TL'ye indirildiğinin belirtilmesine karşın söz konusu üründen satın almak isteyen tüketiciye indirimli fiyatın "iPhone 11" ve altındaki modeller için geçerli olduğu bilgisinin verildiği, bahse konu reklamda fiyatın geçerli olduğu ürünlere ve indirim kampanyasının başlangıç ve bitiş tarihlerine ilişkin herhangi bir bilgilendirmenin yapılmadığı, dolayısıyla reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve tüketicileri aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 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 **Mustafa YILMAZ (Asfiya Bilişim Teknolojileri)** 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.

17)

**Dosya No: 2024/5655**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında “@sokmarketler” isimli hesap üzerinde yayımlanan “Sinbo Sco-5060 Airfryer 12 L” adlı ürün reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.09.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, “Sinbo Sco-5060 Airfryer 12 L” adlı ürünün fiyatının 2.999 TL’den 1.799 TL’ye düşürüldüğüne yönelik bilgi sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram isimli sosyal medya mecrasında “@sokmarketler” isimli hesap üzerinde yayımlanan “Büyük İndirim” başlıklı reklamda, “Sinbo Sco-5060 Airfryer 12 L” adlı ürünün fiyatının 2.999 TL’den 1.799 TL’ye düşürüldüğüne yönelik bilgi sunulmasına karşın söz konusu ürünün tüketicilere 06.09.2024 tarihinde Rize Yenişehir şubesinde 1.999 TL’ye satıldığı, anılan reklamlarda yer alan indirim öncesi fiyatın o ürüne ait son 30 gün içinde en düşük fiyat olduğuna yönelik ispatlayıcı bilgi ve belge sunulmadığı, dolayısıyla indirim öncesi ve indirimli fiyat konusunda yanlış bilgi sunan söz konusu reklamların doğruluk ve dürüstlük ilkesine aykırılık taşıdığı ve tüketicileri aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 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 **Şok Marketler 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.

18)

**Dosya No: 2024/6102**

**Şikayet Edilen: Sahibinden Bilgi Teknolojileri Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.youtube.com adresli internet sitesinde yer alan "@sahibindencom" isimli sayfa tarafından paylaşılan "*Aracınızı açık artırmayla hızla satmanın yolu Otobid!*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** : www.youtube.com adresli internet sitesinde yer alan firmaya ait "sahibindencom" isimli sayfa tarafından paylaşılan "*Aracınızı açık artırmayla hızla satmanın yolu Otobid!*" başlıklı reklamlarda iki kişinin karşılıklı diyaloguna yer verildiği, A kişinin "*Arabayı anında alalım diyen internet siteleri var ya, onlardan teklif aldım, satıyorum aracı*" şeklinde ifadelerinin ardından reklamlarda dış ses gülme efektinin kullanıldığı, bunun üzerine A kişinin tekrardan "*Noldu ya öyle?*" şeklinde ifadelerle gülme efektine şaşırdığı, B kişinin ise "*Abi, biraz gülünecek durum da ondan efekt girdi. Bir teklifle araç mı satılır otobid varken?*" ifadelerini kullandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.youtube.com adresli internet sitesi ve muhtelif mecralarda yer alan firmaya ait "*Aracınızı açık artırmayla hızla satmanın yolu Otobid!*" başlıklı reklamlarda, iki kişinin karşılıklı diyaloguna yer verildiği, A kişinin "*Arabayı anında alalım diyen internet siteleri var ya, onlardan teklif aldım, satıyorum aracı*" şeklinde ifadelerinin ardından reklamlarda dış ses gülme efektinin kullanıldığı, bunun üzerine A kişinin tekrardan "*Noldu ya öyle?*" şeklinde ifadelerle gülme efektine şaşırdığı, B kişinin ise "*Abi, biraz gülünecek durum da ondan efekt girdi. Bir teklifle araç mı satılır otobid varken?*" ifadelerini kullandığı, söz konusu diyalogda geçen "*Arabayı anında alalım diyen internet siteleri*" ifadelerinde aynı araç alım-satım piyasasında hizmet veren başka firmaların iş modellerinin "*gülünecek bir durum*" olarak lanse edilmesinin kötüleme içerdiği, dolayısıyla, söz konusu reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 10 uncu maddesinin birinci fıkrasında yer alan;“(1) Reklamlar; hiçbir kişi, kurum veya kuruluşu, ticari ya da mesleki faaliyeti, malı ya da hizmeti, reklamı veya markayı aşağılayamaz, açıkça alay konusu edemez ve benzeri bir biçimde kötüleyemez.” Hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 8/1, 8/1-g, 8/1-1, 9/1, 9/5, 10/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

19)

**Dosya No: 2024/6475**

**Şikayet Edilen: Atasay Kuyumculuk Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.atasay.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Beyaz Altın Beştaş Yüzük 14 Ayar 3,63 Gr" adlı ürüne yönelik indirimli satış reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.10.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, www.atasay.com adresli internet sitesinde "Beyaz Altın Beştaş Yüzük 14 Ayar 3,63 Gr" adlı söz konusu ürünün fiyatının %30 indirimle 14.990 TL'den 10.495 TL'ye düştüğü şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 15.10.2024 tarihinde şirkete ait www.atasay.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Beyaz Altın Beştaş Yüzük 14 Ayar 3,63 Gr" adlı ürüne yönelik indirimli satış reklamlarında söz konusu ürünün fiyatının %30 indirimle 14.990 TL'den 10.495 TL'ye düştüğü şeklinde tanıtım yapıldığı, anılan indirime istinaden ürünü seçerek yeni bir sekmede görüntüleyen tüketiciye ürün fiyatının 15.085 TL olarak sunulduğu, dolayısıyla indirim oranı ve ürün fiyatı konusunda gerçeği yansıtmayan 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, 7/5-ç, 9/1, 13/1, 13/2, 13/9, 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 **Atasay Kuyumculuk Sanayi 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.

## **DİĞER MAL VE HİZMETLER**

20)

**Dosya No: 2024/3799**

**Şikayet Edilen: Onur Eğitim Danışmanlık Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket tarafından [www.onurakademi.com.tr](http://www.onurakademi.com.tr) adresli internet sitesinde kurs ve eğitim programlarına ilişkin yapılan reklamlar ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.01.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.onurakademi.com.tr](http://www.onurakademi.com.tr) internet sitesinde Onur Eğitim Danışmanlığı tarafından verilen kurslara ilişkin listede "*Aile Koçluğu Eğitimi, Öğrenci Koçluğu Eğitimi, Beslenme Koçluğu vb.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirketin 5580 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu'na aykırı olarak reklam vererek izinsiz eğitim faaliyetinde bulunduğu, Milli Eğitim Bakanlığı Özel Öğretim Kurumları Genel Müdürlüğü'nün TTKB Onaylı Özel Çeşitli Kurslar-Programlar Listesi Özel Çeşitli Kurslar Program Alanlarının belirlendiği listede yer almayan "*Ekonomi ve Finans, Koçluk, Psikoloji, Mesleki Eğitim, Gıda ve İçecek, Satış ve Pazarlama, Hukuk Alanı, Teknoloji ve Tasarım alanları ile Üniversite ve Uluslararası Onaylı Özel Eğitim Uzmanlığı ve Üniversite ve Uluslararası Onaylı Aile Danışmanlığı*" alanlarında eğitim vermediği halde verildiğine yönelik mevzuata aykırı şekilde reklam ve tanıtım yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Onur Eğitim Danışmanlık Merkezi** 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.

21)

**Dosya No: 2024/3789**

**Şikayet Edilen: International Tarım İşletmeleri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şirket tarafından www.internationaltarim.com adresli internet sitesinde yer alan "*Konya'da Kaçırılmayacak Fırsat*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.internationaltarim.com.tr internet sitesinde "*Konya'da kaçırılmayacak bir fırsat! Sarayönü'nde 500 m2'lik arsa sadece 100.000 TL ayrıca aylık 9250 TL kira getirisiyle yatırımınız kazanca dönüşsün!*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şirkete ait www.internationaltarim.com internet sitesinde "*Konya'da kaçırılmayacak bir fırsat! Sarayönü'nde 500 m2'lik arsa sadece 100.000 TL ayrıca aylık 9250 TL kira getirisiyle yatırımınız kazanca dönüşsün!*" haber başlığı ile ilan edilen fiyatlardan Sarayönü ilçesinde satışa sunulan bir arsa bulunmadığı, tüketicilerin bilgi eksikliğinden faydalanarak gerçeğe aykırı reklam yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **International Tarım İşletmeleri 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.



22)

**Dosya No: 2024/5644**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Trendyol” uygulaması üzerinden yayımlanan “Monami” markalı ürün reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.08.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait “Trendyol” uygulamasında “Monami” markalı boya kelmi ve yetişkin ürünü olmak üzere farklı kategoride yer alan ürünlerin karışık şekilde yayımlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Trendyol” uygulaması üzerinden çocuğu ile birlikte “Monami” markalı boya kalemlerini aratan tüketicinin ekranında “Monami” markalı boya kalemlerinin yanı sıra yetişkin ürünlerinin de listelendiği ve tüketicinin çocuğunun bu görüntülere maruz kaldığı, “Trendyol” uygulamasında aynı marka adını taşıyan çocuklara yönelik ürünlerle yetişkin ürünlerinin birlikte listelenmesine yönelik etkin bir önlem alınmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin reklamlarda uyulması gereken temel ilkelere ilişkin 5 inci maddesinde yer alan “Reklamlar; a) Genel ahlak kurallarına aykırı ifade ya da görüntüler içeremez. ç) Hasta, çocuk, yaşlı ve engellileri istismar edici ifade ya da görüntüler içeremez.” hükümlerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-a, 5/1-ç, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 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 **Dsm Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

23)

**Dosya No: 2024/3319**

**Şikayet Edilen: Ali ÖĞÜTÇÜOĞLU, Meryem YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıslara ait www.tazminatuzmanim.com adresli internet sitesi ile @tazminatuzmanim isimli instagram hesabında yer alan "Yalnızca Avukatların Yapabileceği İşlere" ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahıslara ait olduğu belirlenen www.tazminatuzmanim.com adresli internet sitesinde, "Tüm kayıplarınız için, Uzman Ellerdесiniz." ifadelerine yer verilerek tüketicilerin internet sitesinde bulunan tazminat hesaplama formuna yönlendirildiği, söz konusu başvuru formunda da "Uzmana Danışın" ifadesinin bulunduğu, aynı internet sitesinde "Uzmanlık Alanlarımız" başlığı altında da benzer ifadelerin yer aldığı, ayrıca "Sizlerle Birlikteyiz" başlığı altında müşteri ve dava sayılarının belirtilerek ücretsiz hukuki danışmanlık ve tazminat alacağı takibi yapıldığının belirtildiği, ayrıca, @tazminatuzmanim isimli Instagram hesabında "Kaza Sonrası Alacağınız Tazminatı ANINDA Hesaplıyoruz.", "ÜCRETSİZ Hukuk ve Sağlık Danışmanlığı Veriyoruz.", "Trafik Kazasından Doğan Tüm Tazminat Haklarınız İçin Yanınızdayız" gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahıslara ait olduğu tespit edilen www.tazminatuzmanim.com adresli internet sitesinde, "Tüm kayıplarınız için, Uzman Ellerdесiniz." ifadelerine yer verilerek tüketicilerin internet sitesinde bulunan tazminat hesaplama formuna yönlendirildiği, söz konusu başvuru formunda da "Uzmana Danışın" ifadesinin bulunduğu, aynı internet sitesinde "Uzmanlık Alanlarımız" başlığı altında da benzer ifadelerin yer aldığı, ayrıca "Sizlerle Birlikteyiz" başlığı altında müşteri ve dava sayılarının belirtilerek ücretsiz hukuki danışmanlık ve tazminat alacağı takibi yapıldığının ikrar edildiği, diğer taraftan, @tazminatuzmanim isimli Instagram hesabında "Kaza Sonrası Alacağınız Tazminatı ANINDA Hesaplıyoruz.", "ÜCRETSİZ Hukuk ve Sağlık Danışmanlığı Veriyoruz.", "Trafik Kazasından Doğan Tüm Tazminat Haklarınız İçin Yanınızdayız" vb. ifadeler ile açıkça ücretsiz hukuki danışmanlık verildiğinin belirtildiği, 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun "Yalnız Avukatların Yapabileceği İşler" başlıklı 35 inci maddesi uyarınca, "kanun işlerinde ve hukuki meselelerde mütalaa vermek, mahkeme, hakem veya yargı yetkisini haiz bulunan diğer organlar huzurunda gerçek ve tüzel kişilere ait hakları dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek görevi yalnızca baroda yazılı avukatlara aittir" hükmü karşısında sunulan hizmetlerin 1136 sayılı Avukatlık Kanunu kapsamında yalnız avukatların yapabileceği işlerden olduğu, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin

yürütüldüğünün ifade edildiği ancak bu alanda bir yetkinin bulunmadığı, öte yandan, söz konusu internet sitesi ile Instagram hesabında yapılan tanıtımlar dolayısıyla ortalama tüketici nezdinde yanıltıcılığa yol açıldığı, tanıtımların ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldatıcı nitelik arz ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35/1, 48/1, 63/1, 63/2 ve 63/3 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 11/1-a ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam verenler **Ali ÖĞÜTÇÜOĞLU ile Meryem YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesi verilmesine ve aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

24)

**Dosya No: 2024/4075**

**Şikayet Edilen: Cyberajans Ateş Bilişim Yapı Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.cyberajans.com adresli internet sitesinde yer alan "*Yalnızca Avukatların Yapabileceği İşlere*" ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.cyberajans.com adresli internet sitesinde "*Bilişim Hukuku*", "*Bilişim Avukatı*", "*İnternette Haber Silme*" gibi çeşitli başlıklar altında hukuki bilgilendirmelerin bulunduğu, ayrıca, aynı internet sitesinin muhtelif bölümlerinde "*dijital deliller toplama, kimlik ve adres tespiti yapma*", "*mahkemededen karar alma*", "*mahkemededen alınan yayın yasaklarının, dijital ortamda takip edilmesi*", "*kişisel bilgi trafiğinin teknik hukuksal korumaya alınmasına teknik anlamda destek*" vb. çeşitli konularda hukuki işlemlere ilişkin bilgilendirmede bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.cyberajans.com adresli internet sitesinde "*Bilişim Hukuku*", "*Bilişim Avukatı*", "*İnternette Haber Silme*" gibi çeşitli başlıklar altında hukuki bilgilendirmelerin yapılarak hukuki hizmet sağlandığına ilişkin izlenim yaratıldığı, diğer taraftan, aynı internet sitesinin muhtelif bölümlerinde "*dijital deliller toplama, kimlik ve adres tespiti yapma*", "*mahkemeden karar alma*", "*mahkemeden alınan yayın yasaklarının, dijital ortamda takip edilmesi*", "*kişisel bilgi trafiğinin teknik hukuksal korumaya alınmasına teknik anlamda destek*" vb. çeşitli konularda yalnızca avukatların yapabileceği hukuki işlemlere ilişkin bilgilendirmede bulunduğu, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin firma tarafından yürütüldüğünün ifade edildiği ancak bu alanda bir yetkinin bulunmadığı, bu nedenle söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldatıcı nitelik arz ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35/1, 48/1, 63/1, 63/2 ve 63/3 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 11/1-a ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cyberajans Ateş Bilişim Yapı Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

25)

**Dosya No: 2024/5464**

**Şikayet Edilen: Alo Hasar Yönetim Sağlık Danışmanlık Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.alohasaryonetim.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "*Yalnızca Avukatların Yapabileceği İşlere*" ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.alohasaryonetim.com.tr adresli internet sitesi ile @alohasaryonetim isimli Instagram hesabında, meydana gelen bir kaza sonucu doğabilecek her

türlü tazminat haklarının en kısa zamanda hak sahiplerine ulaştırılacağı vaadinde bulunularak trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin muhtelif tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Deđerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.alohasaryonetim.com.tr adresli internet sitesi ile @alohasaryonetim isimli Instagram hesabında yer alan muhtelif tanıtımlarda meydana gelen bir kaza sonucu doğabilecek her türlü tazminat haklarının en kısa zamanda hak sahiplerine ulaştırılacağı vaadinde bulunularak trafik ve iř kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin firma tarafından yürütüldüğünün ifade edildiği ancak firmanın bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin yetki dahilinde olmadan firma tarafından yürütüldüğünün ifade edildiği, konuya ilişkin muhtelif haber siteleri ile sosyal medya paylaşımlarının da bulunduğu, ayrıca 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun "İyiniyet" başlıklı maddesinde yer alan, "*Sigorta şirketleri ve aracilar, her çeşit broşür, izahname ve diğer belgeler ile ilan ve reklamlarını, taahhütleriyle sigortalıya sağlayacakları hak ve menfaatlerin sınır ve kapsamı dışında bir anlayışa neden olacak şekilde düzenleyemez ve kiři ve kuruluşlara gerçeğe aykırı, yanıltıcı, aldaticı ve haksız rekabete yol ačan beyanda bulunamaz.*" hükmüne ağıkça aykırı hareket edildiği, ağıklanan nedenlerle, söz konusu internet sitesi ile Instagram hesabında yapılan tanıtımlar dolayısıyla ortalama tüketici nezdinde yanıltıcılığa yol ağıldığı, tanıtımların ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı, aldaticı tüketicilerin bilgi eksikliklerini istismar edici nitelik arz ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35/1, 48/1, 63/1, 63/2 ve 63/3 üncü maddeleri,
- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32/1, 32/2, Ek-6/1-a, Ek-6/1-b, Ek/6-c, Ek-6/2 ve Ek-6/3 üncü maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 11/1-a ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Alo Hasar Yönetim Sağlık Danışmanlık 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.

26)

**Dosya No: 2024/4233**

**Şikayet Edilen: Ayşe YILMAZ (Antep 27 Lahmacun Dünyası/Kuştepe)**

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** "Trendyol Go" isimli uygulamada yer alan, "Antep 27 Lahmacun Dünyası/Kuştepe" isimli işletme tarafından satışa sunulan ürünlere ilişkin tüketici yorumları

**Ticari Uygulama Tarihi:** 27.06.2024

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

**Tespitler:** "Trendyol Go" isimli uygulamada, şahsa ait "Antep 27 Lahmacun Dünyası/Kuştepe" isimli işletme tarafından satışa sunulan, "Su(50 cl)" isimli ürüne, "çok güzel olmuş ellerine sağlık" , "harika servis" , "Kadir usta bu dünyada yediğim en güzel yemek oldu" gibi muhtelif yorumlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Trendyol Go" isimli uygulamada yer alan, şahsa ait "Antep 27 Lahmacun Dünyası/Kuştepe" isimli işletme tarafından satışa sunulan ürünlerden, çok sayıda "Su(50 cl)" isimli ürün girişi yapılarak ürün ile ilgili olmayan "çok güzel olmuş ellerine sağlık" , "harika servis" , "Kadir usta bu dünyada yediğim en güzel yemek oldu" gibi muhtelif yorumlara yer verildiği, bu nedenle söz konusu yorumların gerçeği yansıtmadığı, ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldatıcı nitelik arz ettiği, ayrıca inceleme konusuna ilişkin 08.07.2024 tarihinde e-tebligat yöntemi ile şahsa tebliğ edilmiş olan bilgi, belge isteme yazısına herhangi bir cevap verilmediğinin görüldüğü, bu nedenle ispat yükümlülüğünün yerine getirildiğinden bahsedilemeyeceği, diğer taraftan, internet ortamında, satıcı ve sağlayıcılar ya da bunlar adına mesafeli sözleşme kurulmasına aracılık eden aracı hizmet sağlayıcıları tarafından, tüketicilerin bir mal veya hizmete ya da satıcı veya sağlayıcılara ilişkin değerlendirme yapmasına imkân sağlanması durumunda; bu değerlendirmelerin, sadece ilgili mal veya hizmeti satın alanlar tarafından yapılmasına izin verilmeksizin 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, 29/B/1, 29/B/2, 29/B/3, 29/B/5, 29/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Ayşe YILMAZ (Antep 27 Lahmacun Dünyası/Kuştepe)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **550.059-TL (Beşyüzellibinellidokuz Türk Lirası) idari para ve anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

27)

**Dosya No: 2024/4722**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.obilet.com adresli internet sitesinde yer alan "*Otobüs Bileti Alana Otel Rezervasyonunda %15 İndirim*" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.obilet.com adresli internet sitesinde, "*Otobüs Bileti Alana Otel Rezervasyonunda %15 İndirim*" başlıklı kampanya tanıtımlarına, kampanya koşullarda ise söz konusu kampanyanın 19.07.2023 – 31.12.2024 tarihleri arasında, 5.000 TL ile 100.000 TL tutarlı seçili otel rezervasyonu işlemlerinde geçerli olduğu bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.obilet.com adresli internet sitesinde, "*Otobüs Bileti Alana Otel Rezervasyonunda %15 İndirim*" başlıklı kampanya tanıtımlarına yer verildiği, söz konusu reklam görseli ile otobüs bileti alan her kullanıcıya koşulsuz olarak her otelde geçerli %15 indirim uygulanacağı algısı yaratıldığı, bu nedenle anılan tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu iddialarına ilişkin firma tarafından, ilgili koşulların "*Detaylar*" kısmında yer aldığı, tüm detayların tek bir görsel ile tüketicilere sunulmasının mümkün olmadığı, detayların genel tanıtım görselinde yer alması halinde metin boyutunun küçüleceği hususları ifade edilmesine rağmen, kampanyanın genel tanıtım görsellerinde, kampanyanın 19.07.2023 – 31.12.2024 tarihleri arasında, 5.000 TL ile 100.000 TL tutarlı, seçili otel rezervasyonu işlemlerinde geçerli olduğu gibi tüketicilerin satın alma davranışına etki edebilecek, önemli nitelikteki koşullara yönelik herhangi bir bilgilendirmede bulunulmadığının görüldüğü, bu nedenle söz konusu kampanya koşullarına ilişkin tüketicilere eksik bilgilendirme yapıldığı, ana vaat ile istisnası niteliğindeki kampanya koşulları arasında uyumsuzluk yaratılarak tüketiciler nezdinde yanıltıcılığa yol açıldığı, dolayısıyla inceleme 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, 9/1, 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 **Obilet Bilişim Sistemleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

28)

**Dosya No: 2024/4986**

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

**Şikayet Edilen Ticari Uygulama:** Firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada yer alan "*Tüketici Yorumları*"na ilişkin uygulamalar

**Ticari Uygulama Tarihi:** 05.08.2024

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

**Tespitler:** Firmaya ait www.trendyol.com adresli internet sitesi ile mobil uygulamada satışa sunulan ürünlere ilişkin başvuru tüketici tarafından yapılan ürün yorum ve puanlarının "*Şüpheli Yorum*" gerekçesiyle reddedildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler kapsamında, başvuru tüketicinin platforma kayıtlı cep telefonu numarasının farklı bir satıcı ile eşleştirdiği, bu nedenle yorum ve değerlendirme kriterleri çerçevesinde tüketicinin siparişine istinaden yaptığı olumlu değerlendirmelerin yayınlanmadığı ve platformda değerlendirme yapmasının engellendiği, dolayısıyla şikayet konusu hususta reklam mevzuatı hükümlerine aykırı ve yanıltıcı bir unsura rastlanmadığı tespit edildiğinden, şikayete konu uygulamaların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup,

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



29)

**Dosya No: 2024/5015**

**Şikayet Edilen: Olimtur Seyahat Acentaları Oto. Tur. ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Firmaya ait www.biletbayisi.com adresli internet sitesinde yer alan "*Anlık Fırsat*" başlıklı ticari reklam ve uygulamalar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** 09.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.biletbayisi.com adresli internet sitesinde uçak bileti arama sorgusu yapıldığında, sayfanın üst kısmında "*Anlık Fırsat*" başlığı altında tüketicilere "*5 dakika*"lık süre zarfında indirim/fırsatın geçerli olduğunu gösteren sayaç uygulamasına yer verildiği, ayrıca söz konusu sayacın sağ tarafında "*FIRSATI YAKALADINIZ! ACELE EDİN!*" ibaresinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.biletbayisi.com adresli internet sitesinde uçak bileti arama sorgusu yapıldığında, sayfanın üst kısmında "*Anlık Fırsat*" başlığı altında tüketicilere yalnızca "*5 dakika*"lık süre zarfında indirim/fırsatın geçerli olduğunu gösteren sayaç uygulamasına yer verildiği, sayaçta yer alan sürenin sonlanmasına rağmen tüketicilere sunulan bilet fiyatlarında bir değişiklik olmadığı, bu nedenle sayaç uygulamasının gerçeği yansıtmadığı, ayrıca söz konusu sayacın sağ tarafında yer alan "*FIRSATI YAKALADINIZ! ACELE EDİN!*" ibaresiyle tüketicilerin acele karar vermeye zorlandığı, hatalı tercihlerde bulunmalarına yol açılarak yanıltıldığı ve seçimlerine etki edildiği iddialarına ilişkin firma tarafından, söz konusu hususun yazılımsal bir hata nedeniyle oluşabileceği, tüketicinin internet sitesini ziyareti sırasındaki eylemi dolayısıyla kodlama sırasında öngörülemeden şekilde sayacın etkisinin ortadan kalkmış olabileceği hususları ifade edilmesine rağmen, konuya ilişkin ispatlayıcı nitelikte bilgi ve belge sunulmadığının görüldüğü, bu nedenle firma tarafından ispat yükümlülüğünün yerine getirildiğinden bahsedilemeyeceği, ayrıca söz konusu sayacın sağ tarafında yer alan "*FIRSATI YAKALADINIZ! ACELE EDİN!*" ibaresinin tüketicileri acele karar vermeye zorlayıcı ve seçimlerine etki edici nitelikte olduğu, diğer taraftan, var olduğu iddia edilen fırsatın içeriğine, koşullarına, kapsamına ve sağlamış olduğu avantaja dair söz konusu internet sitesinde herhangi bir açıklamaya yer verilmediğinin görüldüğü, bu çerçevede, söz konusu tanıtım ve uygulamalarla bilet fiyatlarına ilişkin olarak tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açılarak tüketicilerin yanıltıldığı ve ilgili uygulamaların tüketicilerin bir mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozucu veya normal şartlar altında taraf olmayacağı bir tüketici işlemine taraf olmasına yol açıcı nitelikte olduğu, bu bağlamda, internet başta olmak üzere dijital ortamlarda tüketicilerin karar verme veya seçim yapma iradesini olumsuz etkileyen ya da normal şartlar altında vereceği kararda satıcı veya sağlayıcı lehine değişikliklere yol açmayı hedefleyen manipülatif arayüz

tasarımları, seçenekler ya da ifadeler gibi araç ve yöntemlerin kullanılarak haksız ticari uygulamada bulunduğu 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, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2, 13/3, 13/5, 13/6, 13/8, 13/9, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 30/1, 30/2 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 61 ve 62 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **Olimtur Seyahat Acentaları Oto. Tur. ve İnş. 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 reklamlar ile ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

30)

**Dosya No: 2024/5867**

**Şikayet Edilen: Hedef Sanat Produktion Reklam ve Emlak Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait @biletmio isimli Instagram hesabında yer alan "*Biletmio Kampanyası*", "*(...)1+1, %30, %20 indirimlerini kaçırmayın!*" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait @biletmio isimli Instagram hesabında yer alan 01.07.2024 tarihli gönderide, "*Biletmio Kampanyası*" başlığı altında muhtelif tarihlerde düzenlenecek "*Dolu Kadehi Ters Tut*", "*Nilüfer*", "*Buray*", "*Berkay*", "*Levent YÜKSEL*" konserleri tanıtımlarının yapıldığı, konserlere ilişkin görsellerde "*1+1*", "*%30*", "*%20*" ibarelerine, bilgilendirme kısmında "*14 Eylül Dolu Kadehi Ters Tut, 28 Eylül Nilüfer, 1 Ekim Buray, 5 Ekim Berkay, 12 Ekim Levent YÜKSEL, Tarihlerinde Antalya Açık hava'da gerçekleşecek konserlerde 1+1, %30, %20 indirimlerini kaçırmayın!*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait @biletmio isimli Instagram hesabında yer alan 01.07.2024 tarihli gönderide, "*Biletmio Kampanyası*" başlığı altında muhtelif tarihlerde düzenlenecek "*Dolu Kadehi Ters Tut*", "*Nilüfer*", "*Buray*", "*Berkay*", "*Levent YÜKSEL*" konserleri tanıtımlarının yapıldığı, konserlere ilişkin görsellerde

"1+1", "%30", "%20" ibarelerine, bilgilendirme kısmında, "14 Eylül Dolu Kadehi Ters Tut, 28 Eylül Nilüfer, 1 Ekim Buray, 5 Ekim Berkay, 12 Ekim Levent YÜKSEL, Tarihlerinde Antalya Açık hava'da gerçekleşecek konserlerde 1+1, %30, %20 indirimlerini kaçırmayın!" ifadelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımlarda kampanyanın hangi tarihler arasında, hangi konser biletleri için geçerli olduğu ve stok bilgisi gibi kampanya koşullarına ilişkin herhangi bir bilgilendirme yapılmadığı iddialarına ilişkin firma tarafından, Instagram sayfasında doğrudan satış yapılmadığı, ilgili görsellere tıkladığında resmi bilet satış mecrası olan internet sitesine yönlendirme yapıldığı ve gerekli bilgilendirmelerin söz konusu internet sitesinde yapıldığı, ayrıca tamamlanmış konserlere ilişkin söz konusu kampanyalar kapsamında, satışı gerçekleştirilen bilet miktarları sunularak kampanyanın yapıldığı tarihleri ve bilet fiyatlarının farklı olması sebebi ile kampanyalı ve kampanyasız olarak satışa sunulan bilet miktarlarının farklı olabileceği hususları ifade edilmesine rağmen, inceleme konusu tanıtım görsellerinde, kampanyanın hangi tarihler arasında, hangi konserler için geçerli olduğu ve stok miktarları gibi tüketicilerin satın alma davranışına etki edebilecek, önemli nitelikteki koşullara yönelik herhangi bir bilgilendirmede bulunulmadığının görüldüğü, bu nedenle söz konusu kampanya koşullarına ilişkin tüketicilere eksik bilgilendirme yapıldığı, ana vaat ile istisnası niteliğindeki kampanya koşulları arasında uyumsuzluk yaratılarak tüketiciler nezdinde yanıltıcılığa yol açıldığı, diğer taraftan, konuya ilişkin ispatlayıcı nitelikte bilgi ve belge sunulmadığının görüldüğü, bu nedenle firma tarafından ispat yükümlülüğünün yerine getirildiğinden bahsedilemeyeceği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, 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, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1, 13/2, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hedef Sanat Produktion Reklam ve Emlak Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

31)

**Dosya No: 2024/6076**

**Şikayet Edilen: Cgt Tekstil İnşaat ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.cigit.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Tüm Sezon Ürünlerinde Sepette %20 İndirim" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.cigit.com.tr adresli internet sitesi ana sayfasında "*Tüm Sezon Ürünlerinde Sepette %20 İndirim*" başlıklı kampanya tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.cigit.com.tr adresli internet sitesi anasayfasında "*Tüm Sezon Ürünlerinde Sepette %20 İndirim*" başlıklı kampanya tanıtımlarına yer verildiği, söz konusu kampanya kapsamında genel tanıtım metninde ifade edilen "*%20 indirim*" oranının uygulanmadığı iddialarına ilişkin, firma tarafından tanıtımların tüm sezon sonlarında yapıldığı, ürünlere ne kadar indirim uygulandığı, ürünün son satış fiyatı gibi bilgilerin, ürünlerin bulunduğu sayfada yer aldığı hususları ifade edilmesine rağmen, genel tanıtım görselinde kampanyanın hangi tarihler arasında geçerli olduğu, kampanyaya hangi ürünlerin dahil olduğu ve stok miktarı gibi tüketicilerin satın alma davranışına etki edebilecek, önemli nitelikteki koşullara yönelik herhangi bir bilgilendirme ya da yönlendirme bulunmadığının görüldüğü, bu nedenle söz konusu kampanya koşullarına ilişkin tüketicilere eksik bilgilendirme yapıldığı, ana vaat ile istisnası niteliğindeki kampanya koşulları arasında uyumsuzluk yaratılarak tüketiciler nezdinde yanıltıcılığa yol açıldığı, diğer taraftan, genel tanıtım metninde ifade edilen "*%20 indirim*" oranının uygulandığına ilişkin ispatlayıcı nitelikte bilgi ve belge sunulmadığının görüldüğü, bu nedenle firma tarafından ispat yükümlülüğünün yerine getirildiğinden bahsedilemeyeceği, dolayısıyla inceleme 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-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 13/2, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **CGT Tekstil İnşaat 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.

32)

**Dosya No: 2024/6109**

**Şikayet Edilen: Fitlab Sağlıklı Yaşam ve Eğitim Hizmetleri Limited Şirketi**

**Ŗikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait @fitlablifeclub isimli Instagram hesabında ve afişlerde yer alan "*Kadın üyelerimize %50 indirim*" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Afiş

**Tespitler:** "*Ankara/Koru-Törekent*" metrosu ile firmaya ait @fitlablifeclub isimli Instagram hesabında "*Kadın üyelerimize %50 indirim*" başlıklı "*Yaşadığınız zorlukların farkındayız. Bu gücü yansımanız için hep yanınızdayız. Fitlab'te eylül ayı boyunca kadın üyelerimiz için dev destek kampanyası tam %50 indirim. Detaylar 0312 240 40 65*" içerikli tanıtımlarına yer verildiğı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "*Ankara/Koru-Törekent*" metrosu ile firmaya ait @fitlablifeclub isimli Instagram hesabında, "*Kadın üyelerimize %50 indirim*" başlıklı, "*Yaşadığınız zorlukların farkındayız. Bu gücü yansımanız için hep yanınızdayız. Fitlab'te eylül ayı boyunca kadın üyelerimiz için dev destek kampanyası tam %50 indirim. Detaylar 0312 240 40 65*" içerikli kampanya tanıtımlara yer verildiğı, ancak genel tanıtım görsellerinde söz konusu kampanyanın ücreti daha yüksek olan "*yalnızca Gold Üyelik*"lerde geçerli olduğı gibi tüketicilerin satın alma davranışına etki edebilecek, önemli nitelikteki koşullara yönelik herhangi bir bilgilendirmede bulunulmadığının görüldüğü, bu nedenle söz konusu kampanya koşullarına ilişkin tüketicilere eksik bilgilendirme yapıldığı, ana vaat ile istisnası niteliğindeki kampanya koşulları arasında uyumsuzluk yaratılarak tüketiciler nezdinde yanıltıcılığa yol açıldığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların, ortalama tüketici nezdinde yanıltıcı ve aldatıcı nitelik arz ettiğı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğı'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 13/1, 13/2, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fitlab Sağlıklı Yaşam ve Eğitim Hizmetleri Limited Ŗirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

33)

**Dosya No: 2024/5704**

**Şikayet Edilen: Reeder Elektronik Akademi ve Mağazacılık Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.reeder.com.tr adresli internet sitesi ile WhatsApp uygulamasında yer verilen "Reeder Kampanya Kanalı"nda yer alan "WhatsApp kanalımızı takip edene Alfreed Laser Robot Süpürge ~~11.888 TL~~ 499 TL" başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.09.2024-02.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.reeder.com.tr adresli internet sitesi ile WhatsApp uygulamasında "Reeder Kampanya Kanalı"nda "WhatsApp kanalımızı takip edene Alfreed Laser Robot Süpürge ~~11.888 TL~~ 499 TL" başlıklı "Alfreed Laser Robot Süpürge ilk 20 kişi için 11.888 TL yerine sadece 499 TL, Bu özel teklif Google Formu dolduran ilk 20 müşterimiz geçerlidir! Yüksek kaliteli Alfreed Laser Robot Süpürge'yi bu inanılmaz indirimle kaçırmayın." içerikli kampanya tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler kapsamında, iki farklı kampanyanın bulunduğu, söz konusu kampanyaların farklı tarihlerde tüketiciler ile paylaşıldığı, ayrıca kampanyalarda belirtilen şartları yerine getiren ilk 20 katılımcıya taahhüt edilen ürün satışının gerçekleştirildiği, dolayısıyla şikayet konusu hususta reklam mevzuatı hükümlerine aykırı ve yanıltıcı bir unsura rastlanmadığı tespit edildiğinden, 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.

34)

**Dosya No: 2024/6532**

**Şikayet Edilen: Dalsan Alçı San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.youtube.com adresli internet sitesi ile çeşitli televizyon kanallarında yayınlanan "Tribün/Faul/Penaltı" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** www.youtube.com adresli internet sitesinde "Tribün-faul-penaltı" başlıkları ile yayınlanan reklamlarda "...her şeyin bir doğrusu var dış cephede Boardex, alırken logosuna dikkat et" tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklamlarda kullanılan ifadelerin firmanın markasını ayırt etmek amacıyla kullanıldığı ve sektördeki firmaları kötülemek amacı güdülmeyeceği 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.

35)

**Dosya No: 2024/6531**

**Şikayet Edilen: Medyum HAYK**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.medyumhayk.com adresli internet sitesi üzerinden "Kara büyüler konusunda uzman", "en etkili büyüler", "Neden medyum hayk" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.medyumhayk.com adresli internet sitesi üzerinden "Kara büyüler konusunda uzman", "en etkili büyüler", "Neden medyum hayk" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu 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 **Medyum HAYK** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

36)

**Dosya No: 2024/6530**

**Şikayet Edilen: Medyum AZEM**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.medyumazem.com adresli internet sitesi üzerinden medyum hizmetine ilişkin çeşitli yorumlara yer verilmek suretiyle tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.medyumazem.com adresli internet sitesi üzerinden medyum hizmetine ilişkin çeşitli yorumlara yer verilmek suretiyle tanıtımlarda bulunulduğu 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 **Medyum AZEM** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

37)

**Dosya No: 2024/6529**

**Şikayet Edilen: Medyum OSCAR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.medyumoscar.com adresli internet sitesi üzerinden medyum hizmetine ilişkin çeşitli yorumlara yer verilmek ve "Neden Oscar Hoca? Deneyimli oluşu, sürekli erişilebilir olması, imkansız denileni yapar" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle tanıtımlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.medyumoscar.com adresli internet sitesi üzerinden medyum hizmetine ilişkin çeşitli yorumlara yer verilmek ve "Neden Oscar Hoca? Deneyimli oluşu, sürekli erişilebilir olması, imkansız denileni yapar" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle tanıtımlarda bulunduğu 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 **Medyum OSCAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

38)

**Dosya No: 2024/6528**

**Şikayet Edilen: Medyum TANAS**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.medyumtanas.com adresli internet sitesi üzerinden "Bağlama büyüsü, aşk büyüsü, papaz büyüsü, kabala büyüsü" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.medyumtanas.com adresli internet sitesi üzerinden "Bağlama büyüsü, aşk büyüsü, papaz büyüsü, kabala büyüsü" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunulduğu 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 **Medyum TANAS** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi

yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

39)

**Dosya No: 2024/6527**

**Şikayet Edilen: Medyum ZAL**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.medyumzal.com adresli internet sitesi üzerinden medyum hizmetine ilişkin çeşitli yorumlara yer verilmek suretiyle ve “...saklı ilimlerle bağıni güçlendirmiş ve doğuştan gelen yeteneklerini de keşfetmiştir.”, “...Yardımcı olduğu insanların ona iç huzuru verdiğini keşfettiğinde, kilise ile ilişkisini kesmiş ve İstanbul’un Çatalca semtine taşınmıştır. Şu anda kendi malikanesinde insanlara yardımcı olmaya devam etmektedir.” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.medyumzal.com adresli internet sitesi üzerinden medyum hizmetine ilişkin çeşitli yorumlara yer verilmek suretiyle ve “...saklı ilimlerle bağıni güçlendirmiş ve doğuştan gelen yeteneklerini de keşfetmiştir.”, “...Yardımcı olduğu insanların ona iç huzuru verdiğini keşfettiğinde, kilise ile ilişkisini kesmiş ve İstanbul’un Çatalca semtine taşınmıştır. Şu anda kendi malikanesinde insanlara yardımcı olmaya devam etmektedir.” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle tanıtımlarda bulunulduğu 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 **Medyum ZAL** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

40)

**Dosya No: 2024/3379**

**Şikayet Edilen: güvenilirmedyumlar.com.tr**

**Şikayet Edilen Reklam:** "güvenilirmedyumlar.com.tr" adresli internet sitesinde yer alan medyum, büyü ve fal tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "güvenilirmedyumlar.com.tr" adresli internet sitesinin 30.09.2024 tarihli görünümünde "Güvenilir medyumlar kimler öğrenmek istiyorsanız bu yazımızı ve yorumları mutlaka okumalısınız. Güvenilir medyumlar her çağda her zaman için insanların tüm ihtiyaçlarına koşmuş ve bir umut ışığı olmuştur. Güvenilir Medyumlar için belki de dünyanın oluşumundan beri var olduklarından bile söz edebiliriz. Güvenilir Medyum Yorumlarını Okumak İçin Buraya Tıklayın! Ayrıca medyumlar, sadece dünyanın da değil tüm evrenin, tüm kâinatın enerjisiyle hareket eder. Kullandıkları bu enerjiyle de yer yerinden oynar. Ama elbette ki her zaman için medyumların gerçekten de ciddi anlamda donanımlı ve yetenekli olduklarından da emin olmak gerekir ve medyum seçimi yaparken güvenilir medyumlar ya da güvenilir medyum hoca arıyorum şeklinde bir yorum yaparak aradığınız donanıma ve enerjisel güce sahip olan medyumlar bulma şansınız da son derece yüksek olacaktır. (<https://guvenilirmedyumlar.com.tr/#comment-14>) Güvenilir Medyum Hoca Bu konuya bir giriş yapmadan hemen önce güvenilir medyum nedir, kimler medyumluk yapabilir konusunda sizleri biraz daha açık bir şekilde bilgilendirelim. Aslına bakacak olursak medyum kelimesi ruhlarla iletişime geçebilen kişi anlamına gelir. Bu özellik, cinsiyet fark etmeksizin hem kadınlarda hem de erkeklerde olabilir. Bu kişiler, efsunlu insanlardır. Özellikle de medyumluk belirtileri çocuk yaşta ortaya çıkar ve bu kişiler evrenin gizemini birtakım rüyalar ya da öngörülerle fark edebilen kişilerdir." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "güvenilirmedyumlar.com.tr" adresli internet sitesi üzerinden medyum/fal tanıtımlarında bulunduğu, bu kapsamda tüketicilerin korkularını ve batıl inançlarını istismar eden söz konusu tanıtımların Reklam Mevzuatında yer verilen "Falci, medyum, astrolog ve benzerleri tarafından verilen hizmet reklamları ile yasadışı

*bahis ve kumar oyunlarının reklamları hiçbir şekilde yapılamaz.” hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,*

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-g, 7/1, 7/3, 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 **güvenilirmedyumlar.com.tr** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

41)

**Dosya No: 2024/3369**

**Şikayet Edilen: Fatmagül ARSLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait “<https://www.instagram.com/esmeraldafalci/>” adresli internet sitesinde yer alan fal tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.09.2024, 18.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “<https://www.instagram.com/esmeraldafalci/>” adresli internet sitesinin 26.09.2024 tarihli video paylaşımında, "*Hemen mesaj atın hayatınızda ne olup bitiyor beraber göz atalım Net tarihler, harfler verdiğim bütün bilgiler hayatınızı kapsar geleceğe dair her şeyi öğrenmek istiyorsanız geç kalmadan yerinizi alın @merveysrrr\_ #tarot #kahve #fal #ritüel*" şeklinde ifadelerle,

18.08.2024 tarihli video paylaşımında, “*Binlerce güzel geri dönüşlerimle en detaylı ve en net bakımlarımla sizlerleayım. Randevu almayan kaldı mı? Üstelik gün içine alıp sizleri bekletmiyorum çıkın çıkın gelin #tarot #ritüel #fal #falci #akım #esmeraldafalci*” şeklinde ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-g, 7/1, 7/3, 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 **Fatmagül ARSLAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek DM aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

42)

**Dosya No: 2024/6545**

**Şikayet Edilen: Moda İlgi Konfeksiyon İmalat Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kayseri ili Melikgazi ilçesindeki şube girişinde yer alan “*Sezon ürünlerinde net %30 indirim, %50'ye varan tek fiyat fırsatları*” başlıklı afiş tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 14.10.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Kayseri Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 02.10.2024 tarihinde yapılan denetimde; şikayete konu ürünün sezon ürünü olduğu, kapı girişinde “*Sezon ürünlerinde net %30*” tabelasının bulunduğu, ancak tüketiciye %30 indirim uygulanmadığı ayrıca kampanyada başlangıç ve bitiş tarihleri ile reklam materyalinde hangi malların indirimine konu edildiğine yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihine yer verilmediği, satın alınan ILG241ELB0653326346 kodlu, "Yakası Boncuk İşlemeli Yarım Kol Dantel Elbise" adlı ürüne, iki sezonu da kapsayacak

ürünlere uygulanan indirim oranlarının farklı olabileceği gerekçesiyle %15 indirim uygulandığı, ancak ana vaadin istisnası biçimindeki bu bilginin tüketicilere reklamın ana mesajında sunulmadığı, söz konusu indirimli satış reklamlarının hangi mal veya hizmetlerin indirimli satışa konu edileceği konusunda tüketiciler açısından kafa karışıklığına sebep olduğu, ürünün indirim algısı oluşturacak şekilde satışa sunulduğu ve son 30 gün içerisindeki en düşük fiyat olduğunu kanıtlar nitelikteki belgelerin Bakanlığa 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-ç, 14/1, 14/2, 14/3, 18/1, 18/2, 18/4, 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 **Moda İlgi Konfeksiyon İmalat Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.** 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.

43)

**Dosya No: 2024/6502**

**Şikayet Edilen: Yusuf BOZYİĞİT**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.instagram.com/stories/moda.pelinn/> adresli internet sayfasında yer alan "*Bugüne özel 3 takım 2000 TL kampanyası*" ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.instagram.com/stories/moda.pelinn/> adresli internet sayfasının 16.09.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, "*Dikkat! Bugün işletmemiz 1. Yılına girmiştir. Bugüne özel 3 takım 2000 TL kampanyası başlamıştır. Kampanya Gece 00.00 sona erecektir. (...) Moda Pelin keyifli alışverişler diler*" şeklinde ifadeler yer verildiği ve kendisine ürün gönderilmediğini belirten tüketici tarafından 16.09.2024 tarihinde Yusuf BOZYİĞİT isimli şahsa ait IBAN numarasına para gönderildiğini gösterir ödeme dekontu bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.instagram.com/stories/moda.pelinn/> adresli internet sayfasının 16.09.2024 tarihli görünümünde yer alan

tanıtımlarda, “(...)Bugüne özel 3 takım 2000 TL kampanyası başlamıştır. Kampanya Gece 00.00 sona erecektir.” şeklinde ifadeler yer verilmesine rağmen ödemede bulunan tüketicilere ürün gönderilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,  
Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yusuf BOZYİĞİT** 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.

44)

**Dosya No: 2024/5688**

**Şikayet Edilen: İngilizce Ninjalari İnternet Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından 2024 yılı içerisinde tüketicilere gönderilen e-postalar ile www.openenglish.com.tr adresli internet sitesinin 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.01.2024, 10.01.2024, 31.01.2024, 03.03.2024, 15.04.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet, Diğer (E-posta)

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye gönderilen 04.01.2024 tarihli e-postada yer alan tanıtımlarda, “İngilizceler 2024’te %70 indirimle geliyor! (...)Yeni yılın sadece ilk günlerine özel indirimle akıcı İngilizce konuş ve kendini yenile! %70 dev indirime git!”, 10.01.2024 tarihli e-postada yer alan tanıtımlarda, “%70 indirim için son saatler! (...)Yeni yılda %70 indirimle İngilizce öğrenmek istiyorsan bu senin son şansın! %70 indirim için son saatler!” ifadelerine, 31.01.2024 tarihli e-postada yer alan tanıtımlarda, “Acele et çünkü son gün! (...) Yeni bir yıl, yeni bir ben diyorsan doğru yerdesin. Ama vaktin az kaldı! 00 gün 00 saat 00 dakika 00 saniye. Önündeki kocaman yılı %60 indirimle İngilizce öğrenerek değerlendirerek kendine yepyeni kapılar açabilirsin!” ifadelerine,

03.03.2024 tarihli e-postada yer alan tanıtımlarda, “İngilizceni geliştirerek baharın enerjisiyle yenilenen sen ol! %70 İndirimi Kaçırma! (...) Hem de dev %70 indirim fırsatıyla! (...)Bu eşsiz fırsatı kaçırmadan hemen kaydol!” ifadelerine,



www.openenglish.com.tr adresli internet sitesinin 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, “*Bu kampanya en avantajlısı! %60 İndirim ile İngilizce öğrenmeye başla!*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından 2024 yılı içerisinde tüketicilere gönderilen e-postalar ile www.openenglish.com.tr adresli internet sitesinin 15.04.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda gerçeğe aykırı şekilde sürekli olarak sınırlı bir süre içerisinde indirim yapıldığı algısı yaratıldığı, bununla birlikte vadedilen indirim fırsatının hangi hizmet veya paketler için geçerli olduğu bilgisine ve kampanya kapsamındaki hizmetlerin indirim öncesi fiyatlarına tanıtımlarda yer verilmediği, dolayısıyla tüketiciler nezdinde ne kadar indirim uygulanacağı konusunda anlam karışıklığına yol açarak gerçekte olduğundan daha fazla indirim uygulanıyormuş izlenimi oluşturulduğu, 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, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 14/1, 14/2 ve 14/3 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

45)

**Dosya No: 2024/5621**

**Şikayet Edilen: Özyay Group Metal Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://indirimsepeti.org> adresli internet sitesinin 2023 yılı içerisindeki görünümünde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://indirimsepeti.org> adresli internet sitesinin 2023 yılı içerisindeki görünümünde, “*Sayfamız Ticaret Bakanlığı Onaylıdır. Sayfamız Ticaret Bakanlığı E-Ticaret Onaylıdır. Siparişleriniz güvenli alışveriş sistemi ile gönderilmektedir. Teyit için Ticaret*

*Bakanlığının aşağıdaki link ile kontrol edebilirsiniz.” ifadeleri ile birlikte Ticaret Bakanlığı logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait <https://indirimsepeti.org> adresli internet sitesinin 2023 yılı içerisindeki görünümünde Bakanlık tarafından herhangi bir onay veya izin verilmemesine rağmen gerçeğe aykırı olarak “*Sayfamız Ticaret Bakanlığı Onaylıdır. Sayfamız Ticaret Bakanlığı E-Ticaret Onaylıdır. Siparişleriniz güvenli alışveriş sistemi ile gönderilmektedir. Teyit için Ticaret Bakanlığının aşağıdaki link ile kontrol edebilirsiniz.*” ifadeleri ile birlikte Ticaret Bakanlığı logosuna yer verilmesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İtibardan haksız yararlanma” başlıklı 11/1-a maddesinin “*Bir kişi, kurum veya kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer ayırt edici kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin yanıtılmasına yol açacak şekilde kullanılamaz.*” hükmüne aykırılık teşkil ettiği, 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, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-c, 11/1-a-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özay Group Metal Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** 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.

46)

**Dosya No: 2024/5628**

**Şikayet Edilen: Cihat TEKİNEL (Melis Kuyumculuk)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Melis Kuyumculuk isimli mağaza vitrininde yer alan “4990 TL ve Üzeri Alışverişlerinize Hediye” ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Vitrin)

**Tespitler:** Firmaya ait Melis Kuyumculuk isimli mağaza vitrininde 2024 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda “4.990 TL ve Üzeri Alışverişlerinize Hediye. İster Pırlanta Kolye. İster Saat. İster Tek Taş Yüzük” ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “Melis Kuyumculuk” isimli mağaza vitrininde 2024 yılı içerisinde yer alan tanıtımlarda, “4.990 TL ve Üzeri Alışverişlerinize Hediye. İster Pırlanta Kolye. İster Saat. İster Tek Taş Yüzük” ifadelerine yer verilmesine rağmen söz konusu kampanyanın 4.990 TL ve üzeri alışverişlerde hediye verilmesi veya hediye değeri tutarında indirim şeklinde uygulandığı, diğer taraftan söz konusu kampanyaya katılan tüm tüketicilerin indirim hakkını kullanmayı tercih ettiği ve tüketicilere hediye tutarında uygulandığı iddialarının ispatlanamadığı, ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu kampanyanın geçerlilik tarihlerine yer verilmediği, 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, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 15/1-a ve 15/1-b maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cihat TEKİNEL (Melis Kuyumculuk)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

47)

**Dosya No: 2024/5870**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** A101 Kapıda uygulamasında 01.08.2024-31.08.2024 tarihleri arasında yer alan “Teslimat Ücretsiz” ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.08.2024-31.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** A101 Kapıda uygulamasında 01.08.2024-31.08.2024 tarihleri arasında yer alan tanıtımlarda “A101 Kapıda Uygulaması üzerinden yapacağın alışverişlerde Teslimat Ücretsiz. 1-31 Ağustos 2024” ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; A101 Kapıda uygulamasında 01.08.2024-31.08.2024 tarihleri arasında yer alan tanıtımlarda “A101 Kapıda Uygulaması üzerinden yapacağın alışverişlerde Teslimat Ücretsiz. 1-31 Ağustos 2024” ifadelerinin yer aldığı, ancak tüketicilerin sipariş oluşturabilmesi için gerekli asgari sepet tutarının 500 TL olduğu bilgisine anılan tanıtımda yer verilmediği, ana vaadin esaslı unsuru niteliğindeki bilgilere reklamın ana mesajında yer verilmemesinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 18 inci maddesinde yer alan “(2)Reklamlarda yer alan ana vaadin esaslı unsurları açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilir” hükmüne aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

48)

**Dosya No: 2024/5989**

**Şikayet Edilen: Bim Birleşik Mağazalar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Studi Su Matarası/530 ml” isimli ürün ambalajında yer alan plastik kodu işaretlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Ambalaj)

**Tespitler:** “Studi Su Matarası/530 ml” isimli ürün şişesi üzerinde “7” şeklinde, ürün kapağı ile ürün etiketinde ise “5” şeklinde plastik kodu işaretine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; “Studi Su Matarası/530 ml” isimli ürünün şişe ve kapak kısmı olmak üzere iki ayrı parçadan oluştuğu, şişe için kullanılan PCTG malzemesinin “7” kodu ile, kapakta kullanılan PP malzemesinin ise “5” kodu ile etiketlendiği anlaşıldığından, söz konusu ürün ambalajında yer alan plastik kodu işaretlerine ilişkin tanıtımların tüketicileri yanıltıcı olmadığı değerlendirilmiş olup,

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

49)

**Dosya No: 2024/5446**

**Şikayet Edilen: Cenk Yiğit KARAALIOĞLU**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://mirsadhoca.com/> adresli internet sitesi üzerinden "Güvenilir Medyum Mirsad Hoca - Ünlü, Gerçek, Medyum Mirsad Hoca Güvenilir Medyum Mirsad Hoca" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://mirsadhoca.com/> adresli internet sitesi üzerinden "Güvenilir Medyum Mirsad Hoca - Ünlü, Gerçek, Medyum Mirsad Hoca Güvenilir Medyum Mirsad Hoca" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu 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 **Cenk Yiğit KARAALIOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "mirsadhoca@gmail.com" e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimde rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle

"https://mirsadhoca.com/" adresli internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

50)

**Dosya No: 2024/5559**

**Şikayet Edilen: Cihan TEKİR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.01.2024, 14.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.medyumcihan.com/ adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Cihan Tekir – Dünyaca Ünlü Medyum Cihan Hoca Medyum, Cin, Büyü, Vefk, Yıldızname, Nazar, Büyü bozma*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://www.medyumcihan.com/ adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Cihan Tekir – Dünyaca Ünlü Medyum Cihan Hoca Medyum, Cin, Büyü, Vefk, Yıldızname, Nazar, Büyü bozma*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Cihan TEKİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "info@medyumcihan.com" ve "medyumcihan@hotmail.com" e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin

içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle "https://www.medyumcihan.com/" adresli internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

51)

**Dosya No: 2024/6129**

**Şikayet Edilen: Tuğçe SAĞLAM**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://medyumfarzin.com/ adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://medyumfarzin.com/ adresli internet sitesi üzerinden “*Güvenilir Medyum Farzin Hoca - En Garantili Medyum, Türkiye'nin Garantili ve En Güvenilir Medyum Hocası Aşk Büyüleri, Bağlama Büyüleri, Papaz Büyüsü, Gideni Geri Getirme*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://medyumfarzin.com/ adresli internet sitesi üzerinden “*Güvenilir Medyum Farzin Hoca - En Garantili Medyum, Türkiye'nin Garantili ve En Güvenilir Medyum Hocası Aşk Büyüleri, Bağlama Büyüleri, Papaz Büyüsü, Gideni Geri Getirme*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Tuğçe SAĞLAM** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle "https://medyumfarzin.com/" adresli internet sitesine doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

52)

**Dosya No: 2024/5839**

**Şikayet Edilen: Mistik Danışmanlık Güzellik Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.onlinefalcilar.net> adresli internet sitesi üzerinden yapılan fal/falcı tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.10.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.onlinefalcilar.net> adresli internet sitesi üzerinden “*Firuze Tarot falı, Aşk melekleri, Melek tarotu. Tarot falı, Aşk melekleri, Melek tarotu. Hayatınla İlgili En Çok Merak Ettiklerin Telefonun Ucunda Seni Bekliyor X numaralı VIP müşteri hizmetlerimizi arayarak detaylı bilgi alabilirsiniz.*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle fal/falcı tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.onlinefalcilar.net> adresli internet sitesi üzerinden “*Firuze Tarot falı, Aşk melekleri, Melek tarotu. Tarot falı, Aşk melekleri, Melek tarotu. Hayatınla İlgili En Çok Merak Ettiklerin Telefonun Ucunda Seni Bekliyor X numaralı VIP müşteri hizmetlerimizi arayarak detaylı bilgi alabilirsiniz.*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen falcı tanıtımlarının 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 **Mistik Danışmanlık Güzellik Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "bilgi@onlinefalcilar.net " e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle



"www.onlinefalcilar.net" adresli internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

53)

**Dosya No: 2024/5836**

**Şikayet Edilen: Budur BİTAR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.01.2024, 14.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.destehoca.com> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Deste Hoca Bağlama Büyüsü En etkili bağlama büyü, gerçek bağlama*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.destehoca.com> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Deste Hoca Bağlama Büyüsü En etkili bağlama büyü, gerçek bağlama*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu 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 **Budur BİTAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "info@destehoca.com" e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimde rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

54)

**Dosya No: 2024/5833**

**Şikayet Edilen: Hamida KWIDER**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.02.2024, 01.10.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://eniyimediyumarastir.com> adresli internet sitesi üzerinden “*En iyi Medyum- 7 ile 14 Günde Sonuç 30 Üzeri Farklı Çalışma. Bağlama Büyüsü, Cin Büyüsü, Vefk telefon X*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://eniyimediyumarastir.com> adresli internet sitesi üzerinden “*En iyi Medyum- 7 ile 14 Günde Sonuç 30 Üzeri Farklı Çalışma. Bağlama Büyüsü, Cin Büyüsü, Vefk telefon X*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Hamida KWIDER** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle "<https://eniyimediyumarastir.com>" adresli internet sitesine doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

55)

**Dosya No: 2024/5836**

**Şikayet Edilen: Burhan AYAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.bakirkoyfalcı.com/> adresli internet sitesi üzerinden yapılan fal/falcı tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.bakirkoyfalcı.com/> adresli internet sitesi üzerinden “*Bakırköy Falcı Medyumlarımız, Bakırköyün En İyi Medyumu, Bakırköy Fal Cafe*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle fal/falcı tanıtımlarında bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.bakirkoyfalcı.com/> adresli internet sitesi üzerinden “*Bakırköy Falcı Medyumlarımız, Bakırköyün En İyi Medyumu, Bakırköy Fal Cafe*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunulduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen falcı tanıtımlarının 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 **Burhan AYAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "info@bakirkoyfalcı.com" e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimle rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle "www.bakirkoyfalcı.com" adresli internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

56)

**Dosya No: 2024/5824**

**Şikayet Edilen: Fatih Yeğın Astroloji Akademisi Eğitim Danışmanlık Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.fatihyegin.com> adresli internet sitesi üzerinden “Bağlama İşlemi, Zilhi Bakımı Aşk İşlemleri, Geri Döndürme, Büyü Bozma, Fatih Yegin Spiritüel ve metafizik uzmanı arayanlar için Spiritüel ve Metafizik Uzmanı Fatih Yegin olarak tüm hizmetlerimle buradayım! Metafizik Uzmanı Fatih Yegin Resmî İletişim Hattı Hizmetlerim” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.fatihyegin.com> adresli internet sitesi üzerinden “Bağlama İşlemi, Zilhi Bakımı Aşk İşlemleri, Geri Döndürme, Büyü Bozma, Fatih Yegin Spiritüel ve metafizik uzmanı arayanlar için Spiritüel ve Metafizik Uzmanı Fatih Yegin olarak tüm hizmetlerimle buradayım! Metafizik Uzmanı Fatih Yegin Resmî İletişim Hattı Hizmetlerim” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunulduğu 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 **Fatih Yeğın Astroloji Akademisi Eğitim Danışmanlık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "iletisim@fatihyegin.com" e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimde bulunulmasına, bu bildirimde bulunulmasına rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin

içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle "https://www.fatihyegin.com" adresli internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

57)

**Dosya No: 2024/5823**

**Şikayet Edilen: İmed HİLAYİL**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://getirmebuyuleri.com adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.02.2024, 07.10.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://getirmebuyuleri.com adresli internet sitesi üzerinden "72 Saatte Gideni Geri Getirme Büyüsü - 7 Günde Sevgiliyi Geri Getirme Büyüsü" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://getirmebuyuleri.com adresli internet sitesi üzerinden "72 Saatte Gideni Geri Getirme Büyüsü - 7 Günde Sevgiliyi Geri Getirme Büyüsü" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **İmed HİLAYİL** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

58)

**Dosya No: 2024/5811**

**Şikayet Edilen: Teknocat Labs Proje Geliştirme Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://falbahcem.com> adresli internet sitesi üzerinden yapılan fal/falcı tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://falbahcem.com> adresli internet sitesi üzerinden “*Falbahçem'de Herkes İçin Bir Fal Var! 50+ Uzman Falcı Sadece Bir Telefon Uzağında! Fal Bak Falınızı keşfedin, sırları açığa çıkarın!*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle fal/falcı tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://falbahcem.com> adresli internet sitesi üzerinden “*Falbahçem'de Herkes İçin Bir Fal Var! 50+ Uzman Falcı Sadece Bir Telefon Uzağında! Fal Bak Falınızı keşfedin, sırları açığa çıkarın!*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen falcı tanıtımlarının 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 **Teknocat Labs Proje Geliştirme Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "info@falbahcem.com " e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimde rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle "www.falbahcem.com" adresli internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

59)

**Dosya No: 2024/5797**

**Şikayet Edilen: Ren İletişim Hizmetleri Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.turuncufalcafe.com> adresli internet sitesi üzerinden yapılan fal/falcı tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 30.10.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.turuncufalcafe.com> adresli internet sitesi üzerinden “*Türkiye'nin en iyi falcılarının toplandığı platform falcılar Fal Çeşitleri Günlük Burç Yorumları Test Tarot Falı*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle fal/falcı tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.turuncufalcafe.com> adresli internet sitesi üzerinden “*Türkiye'nin en iyi falcılarının toplandığı platform falcılar Fal Çeşitleri Günlük Burç Yorumları Test Tarot Falı*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen falcı tanıtımlarının 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 **Ren İletişim Hizmetleri Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılık konusu içeriklerin çıkarılması için tespit edilen elektronik iletişim kurulabilecek "info@turuncufalcafe.com" e-mail adresi aracılığı ile bildirimde bulunulmasına, bu bildirimde rağmen yirmi dört saat içinde aykırılığa ilişkin içeriklerin çıkarılmaması nedeniyle "www.turuncufalcafe.com" adresli internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

60)

**Dosya No: 2024/5777**

**Şikayet Edilen: Yurdagül DOVAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.medyumguldanismanlik.com/> adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.12.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.medyumguldanismanlik.com/> adresli internet sitesi üzerinden “*Medyum Gül – Medyum danışmanlık www.medyumguldanismanlik.com · BÜYÜ BOZMA · CİN MUSALLATINA ÇÖZÜM · UZAKTAN BAKIM (TEŞHİS VE ÇÖZÜM) · KISMET KAPALILIĞI*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <http://www.medyumguldanismanlik.com/> adresli internet sitesi üzerinden “*Medyum Gül – Medyum danışmanlık www.medyumguldanismanlik.com · BÜYÜ BOZMA · CİN MUSALLATINA ÇÖZÜM · UZAKTAN BAKIM (TEŞHİS VE ÇÖZÜM) · KISMET KAPALILIĞI*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Yurdagül DOVAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle "[www.medyumguldanismanlik.com](http://www.medyumguldanismanlik.com/)" adresli internet sitesine doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.



61)

**Dosya No: 2024/5744**

**Şikayet Edilen: Ethem ATEŞ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.medyumhasan.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Hasan Hoca Havas ilmi ile Çözüm. Aşk Büyüsü, Büyü Bozma, Büyü Yapma, Bir Çok İşlem için Hasan Hocayı Arayınız*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://www.medyumhasan.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Hasan Hoca Havas ilmi ile Çözüm. Aşk Büyüsü, Büyü Bozma, Büyü Yapma, Bir Çok İşlem için Hasan Hocayı Arayınız*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Ethem ATEŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle "<https://www.medyumhasan.com/>" adresli internet sitesine doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

62)

**Dosya No: 2024/5744**

**Şikayet Edilen: Umıda SHERMETOVA**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://askbuyusu.org/> adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.03.2024, 19.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://askbuyusu.org/> adresli internet sitesi üzerinden “*Aşk Büyüsü, Bağlama Büyüsü, Medyum Cahid Hoca Ücretsiz Yıldızname Bakımı İçin İletişime Geçin*” vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://askbuyusu.org/> adresli internet sitesi üzerinden “*Aşk Büyüsü, Bağlama Büyüsü, Medyum Cahid Hoca Ücretsiz Yıldızname Bakımı İçin İletişime Geçin*” şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Umıda SHERMETOVA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

63)

**Dosya No: 2024/5588**

**Şikayet Edilen: Raziya SHUKUROVA**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.02.2024, 30.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://ilimlimedyum.com.tr/> adresli internet sitesi üzerinden "*Bağlama Büyüsü Medyum hoca bağlama büyü, aşk büyü, papaz büyü işlemlerinde uzman hale getirmiştir. Sıkıntısı olanlara derman olmak için çalışmaktadır.*" ve "*Medyum Zenun İletişim*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://ilimlimedyum.com.tr/> adresli internet sitesi üzerinden "*Bağlama Büyüsü Medyum hoca bağlama büyü, aşk büyü, papaz büyü işlemlerinde uzman hale getirmiştir. Sıkıntısı olanlara derman olmak için çalışmaktadır.*" ve "*Medyum Zenun İletişim*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Raziya SHUKUROVA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

64)

**Dosya No: 2024/5585**

**Şikayet Edilen: Muhammed MARDEGANİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://medyumnatan.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Natan Yahudi Büyü Uzmanı Medyum Geri Getirme Büyüsü Aşk Büyüsü Papaz Büyüsü*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://medyumnatan.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Natan Yahudi Büyü Uzmanı Medyum Geri Getirme Büyüsü Aşk Büyüsü Papaz Büyüsü*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Muhammed MARDEGANİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

65)

**Dosya No: 2024/5541**

**Şikayet Edilen: Anud MISTO**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://medyumferruhhoca.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Ferruh Hoca, eski sevgiliyi geri döndürme, aşk büyü, bağlama büyü, kaşık büyü, papaz büyü gibi birçok ak ve kara büyü konularında size yardımcı olacaktır. Sizin de bir derdiniz sıkıntınız varsa bunu Medyum Ferruh Hoca ile paylaşp, en kısa sürede huzura kavuşmalısınız. 14 yıllık tecrübesi sayesinde tüm dertlerinize şifa olmayı garanti etmektedir. Medyum Ferruh Hoca hakkında daha fazla bilgi almak isterseniz aşağıdaki bağlantıya tıklayabilirsiniz.*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://medyumferruhhoca.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Ferruh Hoca, eski sevgiliyi geri döndürme, aşk büyü, bağlama büyü, kaşık büyü, papaz büyü gibi birçok ak ve kara büyü konularında size yardımcı olacaktır. Sizin de bir derdiniz sıkıntınız varsa bunu Medyum Ferruh Hoca ile paylaşp, en kısa sürede huzura kavuşmalısınız. 14 yıllık tecrübesi sayesinde tüm dertlerinize şifa olmayı garanti etmektedir. Medyum Ferruh Hoca hakkında daha fazla bilgi almak isterseniz aşağıdaki bağlantıya tıklayabilirsiniz.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunulduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Anud MISTO** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

66)

**Dosya No: 2024/5546**

**Şikayet Edilen: Diyana MİDYA**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://buyucumedyum.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Büyücü Medyum En İyi Medyum Sitesine Hoşgeldiniz! Bağlama büyüleri, ayırma büyüleri - buyucumedyum.com*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://buyucumedyum.com/> adresli internet sitesi üzerinden "*Büyücü Medyum En İyi Medyum Sitesine Hoşgeldiniz! Bağlama büyüleri, ayırma büyüleri- buyucumedyum.com.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunulduğu, internet sitesinin gerek alan adında gerekse de ilgili internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Diyana MİDYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca ilgili internet sitesinin gerek alan adında gerekse site içeriğinin bütününde medyum tanıtımlarında bulunulması dolayısıyla ilgili içeriğe erişimin engellenmesi yoluyla aykırılığın önlenememesi ile aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedenleriyle internet sitesinin tümüne yönelik olarak **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

67)

**Dosya No: 2024/5444**

**Şikayet Edilen: Majdaldeen Abdullah Fadhil AL KHAFAJİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://askbaglama.com> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Ruman Hoca*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://askbaglama.com> adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum Ruman Hoca*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunulduğu, internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Majdaldeen Abdullah Fadhil AL KHAFAJİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle

"https://askbaglama.com" adresli internet sitesine doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

68)

**Dosya No: 2024/5782**

**Şikayet Edilen: Mezyet KÖSE**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://rituelhoca.xyz adresli internet sitesi üzerinden yapılan medyum tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://rituelhoca.xyz adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum M.Murat Uzun yıllardır mesleğini icra eden Medyum M.Murat Hoca'nın eşsiz deneyimlerini yaşamaya hazır olun.*" vb. ifadelerin kullanılması suretiyle medyum ve büyü tanıtımlarında bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; https://rituelhoca.xyz adresli internet sitesi üzerinden "*Medyum M.Murat Uzun yıllardır mesleğini icra eden Medyum M.Murat Hoca'nın eşsiz deneyimlerini yaşamaya hazır olun.*" şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımlarda bulunduğu, internet sitesinde yer alan içeriklerin bütününde yer aldığı tespit edilen medyum tanıtımlarının 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 **Mezyet KÖSE** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ve aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle "https://rituelhoca.xyz/" adresli internet sitesine doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.



69)

**Dosya No: 2024/6005**

**Şikayet Edilen: Climbolic Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bursa İli Nilüfer İlçesinde bulunan "Opet" marka yakıt istasyonu içerisinde bulunan mağaza dışında yer alan "*Climbolic ile 12. Yıla Özel*" ifadeli afiş tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Afiş)

**Tespitler:** Mağaza dışında yer alan afişte, "*Doğüstü İndirim Climbolic ile 12. Yıla Özel Yeni Sezon & Outlet Ürünlerde, Kasada Extra %35 İndirim*" şeklindeki ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Bursa İli Nilüfer İlçesinde bulunan "Opet" marka yakıt istasyonu içerisinde bulunan mağaza dışında yer alan afişin 27.07.2024 tarihli görünümünde "*Doğüstü İndirim Climbolic ile 12. Yıla Özel Yeni Sezon & Outlet Ürünlerde, Kasada Extra %35 İndirim*" şeklinde ifadeler yer verildiği, ancak afişte yer alan söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan ürünlere ilişkin stok adetlerine yer verilmediği, diğer taraftan afişte belirtilen "*Yeni Sezon & Outlet Ürünler*"in %35 indirimli olarak satılıp satılmadığı hususunun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Climbolic Tekstil 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.

70)

**Dosya No: 2024/6003**

**Şikayet Edilen: Gusto Giyim Sanayii ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Gusto Mağazası Beyoğlu şubesi dışında bulunan "*%50 indirim*" ibareli afiş tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Afiş)

**Tespitler:** Gusto Mağazası Beyoğlu şubesi dışında bulunan tabelada yer alan afişte, "*%50 indirim*" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; İstanbul Büyükşehir Belediyesi Tüketici Hakları Zabıta Amirliği ekiplerince 27.05.2024 tarihinde tespit edildiği üzere Gusto Mağazası Beyoğlu şubesi dışında yer alan afişlerde, "*%50 indirim*" ifadelerine yer verilmesine rağmen kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri ve indirim hangi ürünlerde uygulanacağı bilgileri ile kampanyaya dahil ürünlerin stok bilgilerine yer verilmediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-ç, 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 **Gusto Giyim Sanayii ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **54.987-TL (Ellidörtbindokuzyüzseksen yedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

71)

**Dosya No: 2024/4646**

**Şikayet Edilen: Emi-Kent Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.dr.com.tr/> adresli internet sitesi üzerinden satışı sunulan "*Abbey Road (50th Ann) Plak*" isimli ürüne ilişkin ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 18.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** <https://www.dr.com.tr/> adresli internet sitesinde, "(...)17. Her Majesty" şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu ürün ambalajı üzerinde de "*Beatles Abbey Road*" 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 albüm ürünü içerisinde 17 parçanın bulunduğu 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.

72)

**Dosya No:** 2024/6004

**Şikayet Edilen:** Zeynep KAYAŞ (26 Park Avm)

**Şikayet Edilen Reklam:** Şımarık Avm isimli işletmeye ait "*Şımarık Avm Sadece 10 TL*" başlıklı afiş tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Afiş)

**Tespitler:** "Şımarık Avm" isimli işletmenin dışında yer alan afişlerde, "*Bizim Şımarık Avm Şok Şok Sadece 10 TL*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Eskişehir Ticaret İl Müdürlüğü tarafından 13.08.2024 tarihinde tespit edildiği üzere "Şımarık Avm" isimli işletme dışında yer alan afişlerde, "*Bizim Şımarık Avm Şok Şok Sadece 10 TL*" ifadelerine yer verildiği ancak mağazada satışı sunulan tüm ürünlerin söz konusu fiyattan satılıp satılmadığı hususunun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Zeynep KAYAŞ (26 Park Avm)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

73)

**Dosya No: 2024/4797**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Hepsiburada mobil uygulamasında "*Hotiç Ayakkabı satıcılı ürünlerde %50 indirim*" ifadeleriyle yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Hepsiburada" isimli mobil uygulamada 28.07.2024 tarihinde yer alan tanıtımlarda, "*Hotiç Ayakkabı satıcılı ürünlerde %50 indirim Geçerlilik tarihi: 22 Ağustos 2024 Tüm ürünler.*" şeklindeki ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Hepsiburada" isimli mobil uygulamada 28.07.2024 tarihinde yer alan tanıtımlarda "*Hotiç Ayakkabı satıcılı ürünlerde %50 indirim*" ifadelerine yer verilmesine rağmen kampanyadan yararlanmak isteyen tüketici tarafından "*Hotiç 02AYH281870A780 HAKIKI Deri Bordo Erkek Loafer*" ve "*Hotiç 02Ayh281870A680 Hakiki Deri Lacivert Erkek Loafer*" adlı ürünler satın alınmak istendiğinde %50 oranındaki indirim tek ürüne uygulandığı, diğer ürün sepete eklendiğinde ise daha düşük bir oranda indirim uygulandığı, dolayısıyla birden fazla ürün alınmak istendiğinde indirim oranının düştüğü, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/3, 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 **D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

## **KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

74)

**Dosya No: 2024/6546**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif mecralarda yer alan "Oral-B Pro 3DW Clinical Diş Macunu" ve "Oral-B Pro-Expert Advanced Ekstra Beyazlık Diş Macunu" isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.07.2024, 10.07.2024, 01.08.2024, 08.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Açık Hava, Ambalaj, Market Rafı

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında, <https://www.youtube.com/watch?v=-NupDh0uPnU> adresli internet sitesinde, açık hava reklamlarında ve market raflarında yer alan "Oral-B Pro 3DW Clinical Diş Macunu" isimli ürüne ait tanıtımlarda, "*1 günde daha beyaz dişler*", "*Siz de 1 günde kendi gülüş tarihinizi değiştirin*", "*1 günde daha beyaz dişler*", "*\*Yüzey lekelerini gidererek*", "*Almanya'da üretilmiştir.*", "*#1 Avrupa'da diş hekimlerinin kullandığı 1 numaralı marka*" ifadelerine, "Oral-B Pro 3DW Clinical Diş Macunu" isimli ürün ambalajında, "*Daha beyaz dişler 1 gün*" ifadesine yer verildiği, muhtelif televizyon kanallarında ve <https://www.youtube.com/watch?v=J48jwhBZ3ts> adresli internet sitesinde yer alan "Oral-B Pro-Expert Advanced Ekstra Beyazlık Diş Macunu" isimli ürüne ait tanıtımlarda, "*Sıradan diş macunları temizler*", "*Diş hekimlerinin en çok kontrol ettiği sorunları önlemeye yardımcı olur*", "*Avrupa'da diş hekimleri tarafından kullanılan 1 numaralı marka*", "*Almanya'da üretilmiştir.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; muhtelif televizyon kanallarında, şirkete ait <https://www.youtube.com/watch?v=-NupDh0uPnU> adresli internet sitesinde, açık hava reklamlarında ve market raflarında yer alan "Oral-B Pro 3DW Clinical Diş Macunu" isimli ürüne ait tanıtımlarda yer verilen "*1 günde daha beyaz dişler*", "*Siz de 1 günde kendi gülüş tarihinizi değiştirin*" ifadeleri ve ürün ambalajında yer alan "*Daha beyaz dişler 1 gün*" ifadesi ile ürünün hangi duruma ve/veya hangi ürüne kıyasla "*1 günde daha beyaz dişler*" sağladığı hususunun açıkça belirtilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Ayrıca, söz konusu reklamlarda yer verilen "*1 günde daha beyaz dişler*", "*Siz de 1 günde kendi gülüş tarihinizi değiştirin*" ifadelerine ilişkin sunulan çalışmanın ortalama tüketici nezdinde

reklamda yer alan beyaz diş görünümü kadar etki sağlamayacağı dolayısıyla sunulan rapor ile reklam görsellerinin uyuşmadığı,

Muhtelif televizyon kanallarında ve şirkete ait <https://www.youtube.com/watch?v=-NupDh0uPnU> adresli internet sitesinde yer alan “Oral-B Pro 3DW Clinical Diş Macunu” isimli ürüne ait tanıtımlarda yer verilen “#1 Avrupa’da diş hekimlerinin kullandığı 1 numaralı marka” ifadesine ve muhtelif televizyon kanallarında, şirkete ait <https://www.youtube.com/watch?v=J48jwhBZ3ts> adresli internet sitesinde yer alan “Oral-B Pro-Expert Advanced Ekstra Beyazlık Diş Macunu” isimli ürüne ait tanıtımlarda yer verilen “Avrupa’da diş hekimleri tarafından kullanılan 1 numaralı marka” ifadesine ilişkin sunulan anket çalışmasının reklama konu ürünler özelinde yapılmadığı, markaya ait şarj edilebilir diş fırçası, manuel diş fırçası ve diş macunu ürünlerinin birlikte kullanım verilerine yer verilen genel bir çalışma olduğu, dolayısıyla yalnızca diş macunu ürünlerine yönelik tanıtımların yer aldığı reklamlarda söz konusu ifadenin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

“Oral-B Pro-Expert Advanced Ekstra Beyazlık Diş Macunu” isimli ürüne ait tanıtımlarda yer alan “Diş hekimlerinin en sık kontrol ettiği sorunları önlemeye yardımcı olur.” ifadesi ile söz konusu ürünün diş sağlığı sorunlarını tedavi edici özelliğinin bulunduğu izleniminin yaratıldığı ve 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, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7 ve 32/1 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

75)

**Dosya No: 2024/1428**

**Şikayet Edilen: Merkür Medikal Ürünler Ticaret ve Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://gbblementr.com/index.php> ve <https://gbblementr.com/product-detals.php> adresli internet sitelerinde yer alan “Green Bubble Besleyici Şampuan” ve “Green Bubble Keratin Complex Soft Gel Capsules” isimli ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.01.2024, 13.11.2024

## **Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** <https://gbblementr.com/index.php> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, “...saç dökülmelerinizi durdurabilir...”, “...yani saç oluşumunu sağlamaya yardımcı olur.” ifadelerine, <https://gbblementr.com/product-detals.php> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, “...saç uzatma, dökülmeyi durdurma ve problemlili saçları onarmakta en büyük yardımcınız olacak.”, “Yeni saç oluşumuna yardımcı olur.”, “...saç uzatma, dökülmeyi durdurma ve problemlili saçları onarmakta en büyük yardımcınız olacak.”, “Saç köklerinde uyuyan hücreleri uyandırıp, saçların onarılmasına yardımcı olur.” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda tespit edilen ve yukarıda yer verilen sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Merkür Medikal Ürünler Ticaret ve Anonim Şirketi** hakkında, reklamın 7529 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un yayım tarihi olan 30.10.2024 tarihinden sonra da yayında olduğunun tespit edildiği de dikkate alınmak suretiyle 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **600.000-TL (Altyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

76)

**Dosya No: 2024/7376**

**Şikayet Edilen: Gratis İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 27.07.2024 tarihinde şirkete ait www.gratis.com adresli internet sitesinde yer alan “22.00-10.00 saatleri arası 250 TL ve üzeri net %50 indirim” başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 27.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gratis.com adresli internet sitesinde, “27.07.2024 saat 22.00'dan 28.07.2024 saat 10.00'a kadar bütün ürünlerinde geçerli %50 indirim kampanyası.250 TL ve üzeri sepette %50 indirim” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 27.07.2024 tarihinde şirkete ait www.gratis.com adresli internet sitesinde, “22.00-10.00 saatleri arası 250 TL ve üzeri net %50 indirim” başlıklı reklamlara yer verildiği ancak başvuruda tüketicinin sepetinde yer alan ürünlerin fiyatlarının söz konusu kampanya uygulanmadan önce arttırıldığı, daha sonra fiyatı artan ürünler üzerinden %50 indirim yapılarak kampanyada indirim uygulanıyormuş izlenimi verilerek tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla birlikte, şirket tarafından yapılan açıklamada, şikayete konu ürünlerle ilgili sisteme yanlış fiyat aktarımı yapıldığı ifade edilmiş olsa dahi şirket tarafından mesleki özenin gereklerine uyulmayarak tüketicilerin mağdur edildiği,

Son olarak kampanyanın belirtilen saatte uygulanmadığı 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, 9/4, 14/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gratis İç ve Dış 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.

77)

**Dosya No: 2024/7844**

**Şikayet Edilen: Slimwell Kozmetik Medikal ve Sportif Ürünler Anonim Şirketi**



**Şikayet Edilen Reklam:** www.playskin.com.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürün tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.playskin.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Eye Corrector Anti Wrinkle + Dark Circles" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, "Göz çevresi için özel üretilmiş bu seri, ikili etkisiyle göz altı morlukları ve göz altı şişliklerine iyi gelirken aynı zamanda göz çevresindeki kırışıklıkları iyileştirir. **JUVELEVEN™:** (Acetyl Hexapeptide-51 Amide) Juveleven™ hücre onarımı, hücre yenilemesi ve uzun ömürlü olan bir hexapeptittir. Juveleven™ peptidi DNA'yı hasardan korur, doğal onarım yollarını uyarır ve fibroblastlarda yaşlanmayı durdurur. FOXO3A hasar tespit edildiğinde, DNA'yı onarır. Hücrelerin korunmasını sağlar. FOXO3A onarım yollarından, DNA onarım yolunun indüklenmesinde Juveleven™ peptidinin etkinliği bir UVC hasarlı plazmid ile transfekte edilmiş başlıca insan epidermal keratinosidlerinde bir konakçı hücre reaktivasyon deneyi ile analiz edilmiştir. Üç tip insan cildinde yapılan deneyler neticesinde Juveleven™ peptidinin hücre yaşlanmayı durdurduğu, fibroblast morfolojisi 12 yıl gençleştiği, keratinositler ve melanositlerin ise %95'e kadar DNA koruma etkisinin arttığı görülmüştür. **HYALÜRONİK ASİT:** 4 KD %2 Hyalüronik Asit içermektedir. Hyalüronik asit bilinen en güçlü nem tutucudur, nem mıknaatısı olarak bilinir ve Polisakkarit yani doğal şekerdir. Tamamen doğal yollardan cildin dolgun görünmesini sağlar. Kendi ağırlığının 1000 katı su tutabilme özelliğiyle cildin sürekli nemli kalmasına yardımcı olmaktadır. Normalde insan vücudunda hücreler arası seviyede Hyalüronik Asit bulunmaktadır. Cildimizi genç ve diri gösteren güç Hyalüronik Asit'in gücüdür. Ancak ilerleyen yaşla beraber ciltteki oranı azalır ve topikal ürünlerle bu kaybın telafi edilmesi gerekir. Cilt bakım ürünlerinde kullanılması son derece hayati olan bu aktif içerik aynı zamanda yara iyileştirici özelliğe de sahiptir. İnsanlar yaşlandıkça derinin dermis tabakasında bulunan elastin ve kolajen liflerin kalitesi bozulmakta ve buna bağlı olarak, yüz kırışıklıkları oluşup derinleşmektedir. Hyalüronik Asit yüklemesi ile bu derin kırışıklıklar açılır. **NIACINAMIDE:** B3 Vitamini olarak da bilinen Niacinamide hücreler arası iletişimi sağlayan bir sitrik asittir. Protein (Keratin) sentezinin arttırılmasını sağlar. Pigmentasyonu yeniler. **EYELISS®:** Kırışık karşıtı. Tüm dünyada sıklık ve elastikiyet için tercih edilir. **EYESERIL®:** Şişliği ve koyu halkaları yok eder." ifadelerine, "Firming Anti-Aging Dna Complex Serum Liposomal Booster" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, "Cildinizi 12 yaş gençleştiren yeni nesil DNA formülasyonu ile elastikiyet kaybı ve kırışıklıkları onarır. Cildin bağ dokusunu güçlendirerek sarkmaları önler. **JUVELEVEN™:** (Acetyl Hexapeptide-51 Amide) Juveleven hücre onarımı, hücre yenilemesi ve uzun ömürlü olan bir hexapeptittir. Juveleven™ peptidi DNA'yı hasardan korur, doğal onarım yollarını uyarır ve fibroblastlarda yaşlanmayı durdurur. FOXO3A hasar tespit edildiğinde, DNA'yı onarır. Hücrelerin korunmasını sağlar. FOXO3A onarım yollarından, DNA onarım yolunun indüklenmesinde Juveleven™ peptidinin etkinliği bir UVC hasarlı plazmid ile transfekte edilmiş başlıca insan epidermal keratinosidlerinde bir konakçı hücre reaktivasyon deneyi ile analiz edilmiştir. Üç tip insan cildinde yapılan deneyler neticesinde Juveleven™ peptidinin hücre yaşlanmayı durdurduğu, fibroblast morfolojisinin 12 yıl gençleştiği, keratinositler ve melanositlerin ise

*%95'e kadar DNA koruma etkisinin arttığı görülmüştür. ARGIRELINE®: 6 doğal amino asit ile formüle edilmiş yaşlanmayı önleyici peptit, tekrarlanan yüz hareketlerini engeller. (Botoks etkisi) Kırışık artısını engeller ve var olan çizgilerin görünümünü azaltmaya yardımcı olur. KOENZİM Q10: Güçlü antioksidan etkisi ve serbest radikallerin cilt yüzeyinde görülen etkilerini azaltması ile bilinen, vücudumuzda doğal olarak bulunan ve temel görevi gıdaların enerjiye dönüştürülmesi olan bir moleküldür." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; playskin.com.tr adresli internet sitesinde yer alan "Eye Corrector Anti Wrinkle + Dark Circles" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, "Göz çevresi için özel üretilmiş bu seri, ikili etkisiyle göz altı morlukları ve göz altı şişliklerine iyi gelirken aynı zamanda göz çevresindeki kırışıklıkları iyileştirir.JUVELEVEN™: (Acetyl Hexapeptide-51 Amide) Juveleven™ hücre onarımı, hücre yenilemesi ve uzun ömürlü olan bir hexapeptittir. Juveleven™ peptidi DNA'yı hasardan korur, doğal onarım yollarını uyarır ve fibroblastlarda yaşlanmayı durdurur. FOXO3A hasar tespit edildiğinde, DNA'yı onarır. Hücrelerin korunmasını sağlar. FOXO3A onarım yollarından, DNA onarım yolunun indüklenmesinde Juveleven™ peptidinin etkinliği bir UVC hasarlı plazmid ile transfekte edilmiş başlıca insan epidermal keratinosidlerinde bir konakçı hücre reaktivasyon deneyi ile analiz edilmiştir. Üç tip insan cildinde yapılan deneyler neticesinde Juveleven™ peptidinin hücre yaşlanmayı durdurduğu, fibroblast morfolojisi 12 yıl gençleştiği, keratinositler ve melanositlerin ise %95'e kadar DNA koruma etkisinin arttığı görülmüştür. HYALÜRONİK ASİT: 4 KD %2 Hyalüronik Asit içermektedir. Hyalüronik asit bilinen en güçlü nem tutucudur, nem mıknaatısı olarak bilinir ve Polisakkarit yani doğal şekerdir. Tamamen doğal yollardan cildin dolgun görünmesini sağlar. Kendi ağırlığının 1000 katı su tutabilme özelliğiyle cildin sürekli nemli kalmasına yardımcı olmaktadır. Normalde insan vücudunda hücreler arası seviyede Hyalüronik Asit bulunmaktadır. Cildimizi genç ve diri gösteren güç Hyalüronik Asit'in gücüdür. Ancak ilerleyen yaşla beraber ciltteki oranı azalır ve topikal ürünlerle bu kaybın telafi edilmesi gerekir. Cilt bakım ürünlerinde kullanılması son derece hayati olan bu aktif içerik aynı zamanda yara iyileştirici özelliğe de sahiptir. İnsanlar yaşlandıkça derinin dermis tabakasında bulunan elastin ve kolajen liflerin kalitesi bozulmakta ve buna bağlı olarak, yüz kırışıklıkları oluşup derinleşmektedir. Hyalüronik Asit yüklemesi ile bu derin kırışıklıklar açılır.NIACINAMIDE: B3 Vitamini olarak da bilinen Niacinamide hücreler arası iletişimi sağlayan bir sitrik asittir. Protein (Keratin) sentezinin arttırılmasını sağlar.Pigmentasyonu yeniler. EYELISS®: Kırışık karşıtı. Tüm dünyada sıkılık ve elastikiyet için tercih edilir. EYESERIL®: Şişliği ve koyu halkaları yok eder." ifadelerine, "Firming Anti-Aging Dna Complex Serum Liposomal Booster" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda, "Cildinizi 12 yaş gençleştiren yeni nesil DNA formülasyonu ile elastikiyet kaybı ve kırışıklıkları onarır. Cildin bağ dokusunu güçlendirerek sarkmaları önler.JUVELEVEN™: (Acetyl Hexapeptide-51 Amide) Juveleven hücre onarımı, hücre yenilemesi ve uzun ömürlü olan bir hexapeptittir. Juveleven™ peptidi DNA'yı hasardan korur, doğal onarım yollarını uyarır ve fibroblastlarda yaşlanmayı durdurur. FOXO3A hasar tespit edildiğinde, DNA'yı onarır. Hücrelerin korunmasını sağlar. FOXO3A onarım yollarından, DNA onarım yolunun indüklenmesinde Juveleven™ peptidinin etkinliği bir UVC hasarlı plazmid ile transfekte edilmiş başlıca insan epidermal keratinosidlerinde bir konakçı hücre reaktivasyon deneyi ile analiz edilmiştir. Üç tip insan cildinde yapılan deneyler neticesinde Juveleven™ peptidinin hücre yaşlanmayı

*durdurduğu, fibroblast morfolojisinin 12 yıl gençleştiği, keratinositler ve melanositlerin ise %95'e kadar DNA koruma etkisinin arttığı görülmüştür. ARGIRELINE®: 6 doğal amino asit ile formüle edilmiş yaşlanmayı önleyici peptit, tekrarlanan yüz hareketlerini engeller. (Botoks etkisi) Kırışık artısını engeller ve var olan çizgilerin görünümünü azaltmaya yardımcı olur.KOENZİM Q10: Güçlü antioksidan etkisi ve serbest radikallerin cilt yüzeyinde görülen etkilerini azaltması ile bilinen, vücudumuzda doğal olarak bulunan ve temel görevi gıdaların enerjiye dönüştürülmesi olan bir moleküldür."* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan sağlık beyanı içeren ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu 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 **Slimwell Kozmetik Medikal ve Sportif Ürünler Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

78)

**Dosya No: 2024/7952**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Cif Ultra Anında Etki-Kir ve Yağ Sökücü" isimli ürüne ilişkin muhtelif mecralarda yer alan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Diğer (Ambalaj, Mağaza İçi Tanıtım)

**Tespitler:** "Cif Ultra Anında Etki-Kir ve Yağ Sökücü" isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklamlarda, "*Türkiye'nin en hızlı ve en güçlü yağ sökücü spreyi*" \* \*

*Bağımsız kuruluş tarafından yapılan performans testine göre. X2 hızlı&güçlü\*\*.* **\*\*Yapılan yüzey temizleme çalışmalarında Cif Ultra Hız ve Güç Yağ Çözücü ile karşılaştırıldığında.**” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Cif Ultra Anında Etki-Kir ve Yağ Sökücü" isimli ürüne ilişkin market içi tanıtımlarda, *"Türkiye'nin en hızlı ve güçlü spreyi"* ifadelerine yer verildiği ancak tanıtımı yapılan ürünün mutfak ve banyoda kullanıldığı dikkate alındığında banyoda oluşan kirlere ilişkin herhangi bir belge sunulmadığı dolayısıyla "en hızlı", "en güçlü" şeklindeki mutlak üstünlük iddialarının ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklam filmi bir bütün olarak değerlendirildiğinde, reklam filminde yer verilen muhtelif yüzeylerde yer alan çeşitli kir görselleri ve *"Türkiye'nin en hızlı ve en güçlü yağ sökücü spreyi"* ifadeleri ile ürünün reklamda yer alan tüm yüzey ve kirlere rakipleri arasında mutlak üstünlüğe sahip olduğu algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **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.

**79)**

**Dosya No: 2024/8271**

**Şikayet Edilen: Haleon Tüketici Sağlığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Sensodyne Klinik Beyazlık- Güçlü Diş Minesi" ve "Sensodyne Klinik Beyazlık-Diş Lekelerine Karşı" isimli ürünlere ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 19.09.2024

**Yayımlandığı Mecra:** Televizyon, Açık Hava, Diğer (Ambalaj)

**Tespitler:** "Sensodyne Klinik Beyazlık- Güçlü Diş Minesi" ve "Sensodyne Klinik Beyazlık- Diş Lekelerine Karşı" isimli ürünlere ilişkin açık hava reklamlarında ve ürün ambalajlarında, "*#1 Diş hekimlerinin hassasiyete karşı önerdiği marka\*\*\* Diş hekimlerinin önerdiği marka. 2 ton daha beyaz dişler, 7/24 hassasiyet koruması.*" ifadeleri ile muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklamlarda, "*Yeni Sensodyne Klinik Beyazlık 2 ton daha beyaz dişler\* ve 7/24 hassasiyet korumasını\*\* tek bir üründe buluşturuyor. \* 8 hafta boyunca günde iki kez fırçalama ile. \*\* Günde iki kez fırçalama ile. Hassas dişler. Hassasiyet Korunması. Hassas dişler için diş hekimlerinin önerdiği marka. Beyaz dişler hepimizin istediği bir durum ama doğru ürünle yol almak hepsinden değerli çünkü sonradan tekrar hassasiyet endişesi yaşıyoruz.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Sensodyne Klinik Beyazlık- Güçlü Diş Minesi" ve "Sensodyne Klinik Beyazlık- Diş Lekelerine Karşı" isimli ürünlere ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yer alan tanıtımlarda, "*Yeni Sensodyne Klinik Beyazlık 2 ton daha beyaz dişler\* \* 8 hafta boyunca günde iki kez fırçalama ile.*" ifadelerine yer verildiği ancak reklam filminde yer verilen "*2 ton beyaz dişler, 8 hafta boyunca günde iki kez fırçalama ile*" iddiasının başka bir diş macununa kıyasla gerçekleşeceğine ilişkin reklamlarda bilgi verilmediği,

Şikayete konu ürünlere ilişkin muhtelif mecralarda yer verilen "*Diş hekimlerinin önerdiği marka*" ifadesinin ispatına ilişkin sunulan 2023 tarihli belgede ürünün diş hekimleri tarafından "hassasiyete karşı" önerildiği dikkate alındığında söz konusu markanın ürün tanıtımlarında yer alan tüm iddialara karşı önerildiği algısı yaratıldığı,

Şikayete konu ürünlere ilişkin açık hava reklamlarında yer verilen "*#1 Diş hekimlerinin hassasiyete karşı önerdiği marka*" ifadeleri ile diş hekimleri tarafından bir numaralı ("#1") önerilen marka iddiasında bulunulduğu, ancak söz konusu iddianın piyasada pazar payına sahip diğer markalarla karşılaştırma içeren herhangi bir araştırma raporu ile ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-d, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1-c, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ğ, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 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 **Haleon Tüketici Sağlığı A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

80)

Dosya No: 2024/11818

**Şikayet Edilen: Beyaz Kağıt ve Hijyenik Ürünler Temizlik İnşaat Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Asperox Sparx" isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında ve ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.05.2024

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

**Tespitler:** "Asperox Sparx" isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklamlarda, *"En güçlü yağ sökücü formülü, limon, karbonat ve sirke ile donattık, en iyi performansı yakaladık. En güçlü performans. Bağımsız kuruluş tarafından bulaşıkları parlatmada ve yağ lekelerini çıkarmada en yüksek performans gösterdiği raporlanmıştır. Ayrıntılı bilgi için asperox.com.tr. Bağımsız kuruluş tarafından kötü kokuları absorbe ederek en yüksek leke çıkarma performansına sahip olduğu raporlanmıştır. Bağımsız kuruluş tarafından bulaşıkları parlatmada ve yağ lekelerini çıkarmada en yüksek performans gösterdiği raporlanmıştır. Ayrıntılı bilgi için asperox.com.tr", "Yıl olmuş 2024.Uzayda medeniyet kuruluyor. Ama hala limon koymadan kötü kokular gitmiyordu. Dünya yapamadı biz yaptık. Asperox Sparx. Bizim için küçük insanlık için büyük bir kapsül. \*Bağımsız kuruluş tarafından kötü kokuları absorbe ederek en yüksek leke çıkarma performansına sahip olduğu raporlanmıştır."* ifadelerine,

"Asperox Sparx" isimli ürün ambalajında, *"Sirke, limon, karbonatlı. Hepsi bir arada temizlik gücü. "Eco ve kısa programlarda etkili performans gösterir. Cam koruyucu sistem. Sirkeli mükemmel parlaklık"* ifadelerine,

"Kızıl Goncalar" isimli televizyon dizisinde yer alan ürün yerleştirme reklamında, *"... hem bak sirke ile temizlendiği için tertemiz. Parıl parıl da parlıyor. Sen Saadet Hanım sirkecinin. Ben de Kazım Efendiyim, limoncuyum. En çok sevdiğim şey limon kokusu. Hiç deterjan kokusu da sinmemiş çok güzel. Sirke, karbonat, limon. Ben böyle şeyleri seviyorum. Doğal, temiz net şeyleri seviyorum."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Asperox Sparx" isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklamlarda, *"En güçlü yağ sökücü formülü, limon, karbonat ve sirke ile donattık, en iyi performansı yakaladık. En güçlü performans. Bağımsız kuruluş tarafından bulaşıkları parlatmada ve yağ lekelerini çıkarmada en yüksek performans gösterdiği raporlanmıştır. Bağımsız kuruluş tarafından kötü kokuları absorbe ederek en yüksek leke çıkarma performansına sahip olduğu raporlanmıştır."* ifadelerine yer verildiği, ancak sunulan belgeler ile tanıtımı yapılan ürünün, piyasada pazar payına sahip market markaları dahil

tüm markalar arasında "en güçlü yağ sökücü", "en iyi performans" ve "en yüksek leke çıkarma performansı" gibi mutlak üstünlük sağladığına ilişkin iddialarının ispatlanamadığı,

Muhtelif televizyon kanallarında yer verilen reklamlarda, "Yıl olmuş 2024. ...Dünya yapamadı biz yaptık." ifadelerine yer verildiği ancak söz konusu ürünün dünya çapında satılan tüm bulaşık makinesi deterjanlarında olmayan özelliklere sahip olduğu iddiasının ispatına ilişkin sunulan çalışmanın yetersiz olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

## **FİNANSAL HİZMETLER**

81)

**Dosya No: 2024/6497**

**Şikayet Edilen: Allianz Sigorta Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.youtube.com adresli internet sitesinde firmaya ait "@Allianz Türkiye" isimli sayfa tarafından paylaşılan "Bireysel Emeklilikte Devlet Katkısından Yararlanın, Kazanmaya Bugünden Başlayın!" başlıklı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 2023**

**Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** www.youtube.com adresli internet sitesinde firmaya ait "Allianz Türkiye" isimli sayfa tarafından paylaşılan "Bireysel Emeklilikte Devlet Katkısından Yararlanın, Kazanmaya Bugünden Başlayın!" başlıklı reklam ve tanıtımlarda, "... Mesela 5 yıl önce 10.000 TL verdiğiniz bu kondisyon seti hevesiniz hemen geçti değil mi? Oysa aynı parayı 2023'ün fon getirisinde birinci bireysel emeklilik şirketi Allianz'a yatırsaydınız devlet katkısı ve Allianz'ın ortalama fon getirisiyle bugün 93.000 TL'ye varan birikiminiz olabilirdi." ifadeleri ile reklam yayını süresince altyazı olarak "2023 yılı ilk 10 ayı itibariyle BES'te yer alan tüm emeklilik

*yatırım fonlarına ait EGM verileri esas alınarak yapılan ağırlıklı ortalama getiri hesabıdır. Geçmiş fon performansları ile geleceğe yönelik getiri taahhütü yapılamaz. \*\*2018-2023 döneminde Allianz Yaşam ve Hayat Emeklilik şirketlerinin emeklilik yatırım fonlarına ait getiri performansına yönelik EGM verileri esas alınarak yapılan ağırlıklı ortalama getiri hesabıdır."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "@Allianz Türkiye" kullanıcı adıyla www.youtube.com adresli internet sitesinde yayımlanan "Bireysel Emeklilikte Devlet Katkısından Yararlanın, Kazanmaya Bugünden Başlayın!" başlıklı reklam ve tanıtımlarda "... Mesela 5 yıl önce 10.000 TL verdiğiniz bu kondisyon seti hevesiniz hemen geçti değil mi? Oysa aynı parayı 2023'ün fon getirisinde birinci bireysel emeklilik şirketi Allianz'a yatırırsaydınız devlet katkısı ve Allianz'ın ortalama fon getirisiyle bugün 93.000 TL'ye varan birikiminiz olabilirdi." ifadelerine yer verildiği, ancak söz konusu tanıtımlarda yer alan "2023'ün fon getirisinde birinci bireysel emeklilik şirketi Allianz" ifadesinin "Allianz" çatısı altında aynı piyasada faaliyet gösteren Allianz Hayat ve Emeklilik A.Ş. ve Allianz Yaşam ve Emeklilik A.Ş. olmak üzere iki ayrı şirket bulunması sebebiyle teklik içeren "birinci" ifadesinin yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, firma tarafından bahsi geçen şirketlerin aynı fonlara sahip olduğu, bu sebeple tek bir çatı altında toplanarak tanıtımının yapıldığı ifade edilmişse de yapılan incelemelerde; söz konusu iki ayrı tüzel kişiliğe sahip şirketin fon ağırlıklarının farklı olduğu, dolayısıyla "ağırlıklı fon ortalaması" yöntemiyle farklı tüzel kişiliğe sahip şirketlerin tek şirket çatısı altında toplanarak sıralamaya dahil edilmesinin tüketiciler nezdinde yanıltıcı olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5-c, 7/8, 7/8-b, 8/1, 8/1-b, 8/1-c, 8/1-e, 8/1-f, 8/1-ı, 18/1, 18/2, 18/6 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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



## GIDA

82)

**Dosya No: 2024/5608**

**Şikayet Edilen: Musa ÖZSOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait <http://www.gidadedektifi.com.tr/> adresli internet sitesinde yer alan "*TheLifeCo Happyshape Probiyotik İçeren Takviye Edici Gıda*" ve "*Erbatab Magnezyum İçeren Takviye Edici Gıda*" isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 14.12.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait <http://www.gidadedektifi.com.tr/> adresli internet sitesinde, "*TheLifeCo Happyshape Probiyotik İçeren Takviye Edici Gıda*" isimli ürüne ilişkin olarak "*Bugün içeriğine bakacağımız ürün içerdiği "yerli" suşlar ile birçok alternatifinden ayrışan ThelifeCo Happyshape probiotic Bland. 30 kapsül içeren cam kavanozlarda satışa sunulan ürün içeriğinde 10 milyar aktif probiyotik mikroorganizma bulunuyor. Probiyotikler çeşitli vücut sistemlerinin dengeli şekilde çalışmasına destek olan yararlı bakteri ve mayaların genel adıdır. Mide-bağırsak florasındaki doğal dengenin korunmasına yardımcı olan bu yararlı bakteri ve mayalar, gıdalarla alınan vitamin ve minerallerin sindirilmesi sürecine de olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Yetişkin bir insanın bağırsağında 100 trilyon kadar yararlı bakteri ve mantar bulunurken vücudumuzda çeşit olarak 500'ün üzerinde farklı probiotik yer almaktadır. Bağırsak florasındaki bu dengenin ve çeşitliliğin bozulması ise birçok hastalığın başlıca sebebi olarak sayılmaktadır. Bu florayı bozan temel etkenler ise en başta yüksek karbonhidratlı ve işlenmiş gıdalarla beslenmek ve fazla antibiyotik kullanımı sayılmaktadır. İşte bu floranın dengede kalmasını sağlamak ve yararlı bakterilerle desteklemek amacıyla yoğurt ve kefir gibi geleneksel probiyotik kaynaklarının yanında takviye edici gıdalarda önem arz etmektedir. TheLifeCo Probiyotik Mikroorganizma içeren takviye edici gıda ürürün içeriğinde 12 farklı mikroorganizma ve prebiyotik bileşen olan inülin bulunuyor. Kilo kontrolüne destek olması amacıyla özel olarak geliştirilen bu 12 li kombinasyonun bir diğer önemli özelliği ise "yerli izolat" yani ülkemiz coğrafyasına adapte olmuş bakteri ve mayalardan oluşmasıdır. Böylelikle üründe yerli suşların kullanımıyla biyoyararlılıkta arttırılmış oluyor. Diğer yandan tek kapsülde 10 milyar aktif probiyotik bakteri içeren ürün midede değil, bağırsakta çözünen bitkisel kapsüllerle sunuluyor. Böylelikle üründeki aktif mikroorganizmalar midede çözünerek kayba uğramıyor. Diğer yandan bağırsakta çözünen probiyotiklerin vücuda etkiside olumlu yönde arttırılmış oluyor. Söz konusu probiyotikleri hiçbir kayba uğramadan bağırsağa kadar gelmesi amacıyla 10 milyar bakterinin de ayrı ayrı enkapsüle edilerek kapsül içine eklendiğini de ayrıca vurgulamak gerekiyor." şeklinde ve*

"Erbatab Magnezyum İçeren Takviye Edici Gıda" isimli ürüne ilişkin olarak "Ürünün içeriğine geçmeden önce magnezyumun vücuttaki görevlerinden bahsetmek gerekiyor. Magnezyum vücutta üç yüzden fazla enzimin ve özellikle fosfat transferi yapan enzimlerin kofaktörü yani yardımcı olarak görev yapıyor. Magnezyumun enerji metabolizmasında da aktif olarak rol oynadığı ayrıca D vitamini, kalsiyum ve potasyumun metabolizmasına katıldığı biliniyor. Magnezyum aynı zamanda kan damarlarının kasılıp gevşemesini kontrol ederek kan dolaşımını ayarlarken, kemik ve dişlerin yenilenmesinde görevli kalsitonin hormonunun üretimini düzenliyor. Tüm bu görevlerine ek olarak magnezyum kas ve migren ağrılarını azaltıcı etkisi, vücudu rahatlatıcı ve gevşeme sağlayarak uykuya dalmayı kolaylaştırıcı etkisinden bahseden çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Vücutta magnezyuma kadınlarda günlük 300 mg, erkeklerde günlük 350 mg ve gebe kadınlarda ise günlük 400 mg magnezyum ihtiyacı duyuluyor. Tahıllar; kuru baklagiller, sert kabuklu kuruyemişler ve en bilinen muzda yüksek miktarda magnezyum bulunuyor. Takviye edici gıda niteliğinde satışı sunulan bu ürün içeriğine baktığımızda ise sırasıyla Magnezyum Bisglisinat, Magnezyum Malat ve Magnezyum Potasyum Sitrat yer aldığını görüyoruz. Bunlardan magnezyum sitrat, 24 saat içinde kana geçişi en başarılı olan magnezyum tuzu olarak biliniyor. Magnezyum malat kaslarda enerji desteği sağlarken, magnezyum bisglisinat ise glisin amino asidinin de etkisi ile kan beyin bariyerine geçerek mental rahatlama sağlıyor." şeklinde ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait <http://www.gidadedektifi.com.tr/> adresli internet sitesinde yer alan "TheLifeCo Happyshape Probiyotik İçeren Takviye Edici Gıda" isimli ürüne ilişkin olarak "Bugün içeriğine bakacağımız ürün içerdiği "yerli" suşlar ile birçok alternatifinden ayrılan ThelifeCo Happyshape probiotic Bland. 30 kapsül içeren cam kavanozlarda satışa sunulan ürün içeriğinde 10 milyar aktif probiyotik mikroorganizma bulunuyor. Probiyotikler çeşitli vücut sistemlerinin dengeli şekilde çalışmasına destek olan yararlı bakteri ve mayaların genel adıdır. Mide-bağırsak florasındaki doğal dengenin korunmasına yardımcı olan bu yararlı bakteri ve mayalar, gıdalarla alınan vitamin ve minerallerin sindirilmesi sürecine de olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Yetişkin bir insanın bağırsağında 100 trilyon kadar yararlı bakteri ve mantar bulunurken vücudumuzda çeşitli olarak 500'ün üzerinde farklı probiyotik yer almaktadır. Bağırsak florasındaki bu dengenin ve çeşitliliğin bozulması ise birçok hastalığın başlıca sebebi olarak sayılmaktadır. Bu florayı bozan temel etkenler ise en başta yüksek karbonhidratlı ve işlenmiş gıdalarla beslenmek ve fazla antibiyotik kullanımı sayılmaktadır. İşte bu floranın dengede kalmasını sağlamak ve yararlı bakterilerle desteklemek amacıyla yoğurt ve kefir gibi geleneksel probiyotik kaynaklarının yanında takviye edici gıdalarda önem arz etmektedir. TheLifeCo Probiyotik Mikroorganizma içeren takviye edici gıda ürünü içeriğinde 12 farklı mikroorganizma ve prebiyotik bileşen olan inülin bulunuyor. Kilo kontrolüne destek olması amacıyla özel olarak geliştirilen bu 12 li kombinasyonun bir diğer önemli özelliği ise "yerli izolat" yani ülkemiz coğrafyasına adapte olmuş bakteri ve mayalardan oluşmasıdır. Böylelikle üründe yerli suşların kullanımıyla biyoyararlılıkta artırılmış oluyor. Diğer yandan tek kapsülde 10 milyar aktif probiyotik bakteri içeren ürün midede değil, bağırsakta çözünen bitkisel kapsüllerle sunuluyor. Böylelikle üründeki aktif mikroorganizmalar midede çözünerek kayba uğramıyor. Diğer yandan bağırsakta çözünen probiyotiklerin vücuda etkiside olumlu yönde artırılmış oluyor. Söz konusu probiyotikleri hiçbir kayba uğramadan bağırsağa kadar gelmesi amacıyla 10

*milyar bakterinin de ayrı ayrı enkapsüle edilerek kapsül içine eklendiğini de ayrıca vurgulamak gerekiyor."* şeklinde ifadelerle,

Bununla birlikte anılan internet sitesinde yer alan "*Erbatab Magnezyum İçeren Takviye Edici Gıda*" isimli ürüne ilişkin olarak "*Ürünün içeriğine geçmeden önce magnezyumun vücuttaki görevlerinden bahsetmek gerekiyor. Magnezyum vücutta üç yüzden fazla enzimim ve özellikle fosfat transferi yapan enzimlerin kofaktörü yani yardımcısı olarak görev yapıyor. Magnezyumun enerji metabolizmasında da aktif olarak rol oynadığı ayrıca D vitamini, kalsiyum ve potasyumun metabolizmasına katıldığı biliniyor. Magnezyum aynı zamanda kan damarlarının kasılıp gevşemesini kontrol ederek kan dolaşımını ayarlarken, kemik ve dişlerin yenilenmesinde görevli kalsitonin hormonunun üretimini düzenliyor. Tüm bu görevlerine ek olarak magnezyum kas ve migren ağrılarını azaltıcı etkisi, vücudu rahatlatıcı ve gevşeme sağlayarak uykuya dalmayı kolaylaştırıcı etkisinden bahseden çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Vücutta magnezyuma kadınlarda günlük 300 mg, erkeklerde günlük 350 mg ve gebe kadınlarda ise günlük 400 mg magnezyum ihtiyacı duyuluyor. Tahıllar; kuru baklagiller, sert kabuklu kuruyemişler ve en bilinen muzda yüksek miktarda magnezyum bulunuyor. Takviye edici gıda niteliğinde satışı sunulan bu ürün içeriğine baktığımızda ise sırasıyla Magnezyum Bisglisinat, Magnezyum Malat ve Magnezyum Potasyum Sitrat yer aldığını görüyoruz. Bunlardan magnezyum sitrat, 24 saat içinde kana geçişi en başarılı olan magnezyum tuzu olarak biliniyor. Magnezyum malat kaslarda enerji desteği sağlarken, magnezyum bisglisinat ise glisin amino asidinin de etkisi ile kan beyin bariyerine geçerek mental rahatlama sağlıyor."* şeklinde ifadelerle tanıtım yapıldığı,

İnceleme konusu tanıtımlara ilişkin olarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından iletilen görüş yazısında, 20/04/2023 tarih ve 32169 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmeliği doğrultusunda gıda ve takviye edici gıdaların etiketinde, tanıtımında veya reklamında sağlık beyanı kullanılabildiği, gıda ve takviye edici gıdalarda kullanılabilecek sağlık beyanları ve beyan koşullarının söz konusu Yönetmelik doğrultusunda hazırlanan Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Kılavuzu eklerinde yer aldığı, kılavuz eklerinde yer almayan sağlık beyanı içerdiği değerlendirilen ifadelerin kullanılmayacağı, söz konusu reklam ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin tamamının sağlık beyanı içerdiği ve kullanımının uygun olmadığını belirtildiği, dolayısıyla mevzuata aykırı tanıtım yapıldığı 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 **Musa ÖZSOY** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

83)

**Dosya No: 2024/6551**

**Şikayet Edilen: Servisfoni Dayanıklı Tüketim Malları San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.servisbuldum.com adresli internet sitesinin 21.08.2024 ve 11.11.2024 tarihli görünümünde yer alan "*Yetkili Servis Çağrı Merkezi*" ve "*Türkiye'nin En Güvenilir Yetkili Servisi*" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.08.2024 ve 11.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.servisbuldum.com adresli internet sitesinin 21.08.2024 ve 11.11.2024 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda, "*Yetkili Servis Çağrı Merkezi. Servis Merkezi Türkiye'nin en geniş servis ağına sahiptir. Bölgesinde Servis ihtiyacınız olan servis hizmetini Servis Merkezimizden size en yakın servisi 30 dk içinde yönlendirelim... Hemen arayın. 0 850 307 15 78*", "*Türkiye'nin En Güvenilir Yetkili Servisi*", "*En Güvenli Servis Ağı Avrupa standartlarına uygun ISO KALİTE BELGESİNE sahip servis şirketi.*" ve "*Servis Merkezi Türkiye'nin En Yaygın Servis Ağı*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.servisbuldum.com adresli internet sitesinin 21.08.2024 ve 11.11.2024 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda, "*Yetkili Servis Çağrı Merkezi. Servis Merkezi Türkiye'nin en geniş servis ağına sahiptir. Bölgesinde Servis ihtiyacınız olan servis hizmetini Servis Merkezimizden size en yakın servisi 30 dk içinde yönlendirelim... Hemen arayın. 0 850 307 15 78*", "*Türkiye'nin En Güvenilir Yetkili Servisi*", "*En Güvenli Servis Ağı Avrupa standartlarına uygun ISO KALİTE BELGESİNE sahip servis şirketi.*", "*Servis Merkezi Türkiye'nin En Yaygın Servis Ağı*" ifadelerine yer verildiği,

Ancak internet sitesinde yetkili servis çağrı merkezi olarak tanıtımı yapılan 0 850 307 15 78 numaralı telefon hattını arayan başvuru sahibi tüketiciye, arızalı çamaşır makinesinin tamirine ilişkin olarak yetkisiz bir servisin yönlendirilmiş olduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, söz konusu reklamlarda yer verilen "*Türkiye'nin En Güvenilir Yetkili Servisi*", "*En Güvenli Servis Ağı. Avrupa standartlarına uygun ISO KALİTE BELGESİNE sahip servis şirketi.*", "*Servis Merkezi Türkiye'nin En Yaygın Servis Ağı*" ifadelerinin Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat Külfeti" başlıklı 9 uncu maddesi çerçevesinde ispatlanmamış olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Servisfoni Dayanıklı Tüketim Malları San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, reklamın 7529 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un yayım tarihi olan 30.10.2024 tarihinden sonra da yayında olduğunun tespit edildiği de dikkate alınmak suretiyle 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **600.000-TL (Altyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

84)

**Dosya No: 2024/6549**

**Şikayet Edilen: Getir Perakende Lojistik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Getir Büyük" uygulamasına ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve reklam veren firmaya ait sosyal medya hesaplarında (Youtube, Facebook, Instagram ve Twitter) 05.12.2023 ve 01.02.2024 tarihleri arasında yayımlanan "*Tüm ürünlerde hep uygun olan fiyatlar*" sloganlı reklam filmi ile Getir Büyük uygulamasında yer alan "*Her gün her üründe uygun fiyat*" ifadelerinin yer aldığı reklam

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.12.2023-01.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, TV

**Tespitler:** "Getir Büyük" uygulamasına ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve reklam veren firmaya ait sosyal medya hesaplarında 05.12.2023 ve 01.02.2024 tarihleri arasında yayımlanan reklam filminde, "*Üç vakte kadar çok güzel bir haber alacaksın. Aa Getir Büyük'te türk kahvesinin fiyatına bak, aa sebze fiyatlarına bak, aa asıl yağların fiyatına bak. Ay kızlar ne oluyor ya? Getir Büyük'te fiyatlar baya inmiş. Getir Büyük'e baaaaak. E getir Büyük'e bak tabi. Yoksa tüm ürünlerde hep uygun olan fiyatları nereden bileceksin? Getir*"

*Büyük, fiyatlar küçük.*” ifadelerine ve Getir Büyük uygulamasında yer alan reklam görselinde *"Her gün her üründe uygun fiyat"* ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Getir Büyük" uygulamasına ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve reklam veren firmaya ait sosyal medya hesaplarında 05.12.2023 ve 01.02.2024 tarihleri arasında yayımlanan reklam filminde, *"Üç vakte kadar çok güzel bir haber alacaksın. Aa Getir Büyük'te türk kahvesinin fiyatına bak, aa sebze fiyatlarına bak, aa asıl yağların fiyatına bak. Ay kızlar ne oluyor ya? Getir Büyük'te fiyatlar baya inmiş. Getir Büyük'e baaaaak. E getir Büyük'e bak tabi. Yoksa tüm ürünlerde hep uygun olan fiyatları nereden bileceksin? Getir Büyük, fiyatlar küçük."* ifadelerine ve Getir Büyük uygulamasında yer alan reklam görselinde *"Her gün her üründe uygun fiyat"* ibaresine yer verildiği,

Ancak, söz konusu reklam filminde ve "Getir Büyük" uygulamasında yer alan reklam görselinde yer verilen *"Tüm ürünlerde hep uygun olan fiyatlar"* ve *"Her gün her üründe uygun fiyat"* ifadeleri ile "Getir Büyük" uygulaması üzerinden tüketicilere satışa sunulan tüm ürünlerin her zaman uygun fiyatlı olduğu iddia edilmesine rağmen, söz konusu iddianın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat Külfeti" başlıklı 9 uncu maddesi çerçevesinde ispatlanamamış olduğu, diğer taraftan *'her gün her üründe hep uygun fiyat'* iddiasının ticari hayatın işleyişine aykırı ve ispata muhtaç bir iddia olması nedeni ile söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Bunun yanında, söz konusu reklam filminde yer verilen hep uygun fiyat iddiasına ilişkin olarak alt yazıda *"Detaylar Getir Büyük'te"* ifadesine yer verilmesine rağmen, "Getir Büyük" uygulamasında söz konusu iddiaya ilişkin herhangi bir açıklamaya yer verilmemesinin tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Son olarak, söz konusu reklam filminde *"Getir Büyük'te fiyatlar baya inmiş"* ifadeleri satışa sunulan çeşitli ürünlere yönelik fiyat bilgilerine yer verildiği, ancak Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İndirimli satış reklamları" başlıklı 14 üncü maddesinde yer alan; *"(1) Bir mal veya hizmete ilişkin indirim yapıldığını gösteren yazılı, sesli veya görsel herhangi bir ibarenin yer aldığı reklamlarda; (Ek ibare:RG-1/2/2022-31737)(2) indirimden önceki fiyat, indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur. "* hükmü gereği söz konusu ürünlerin indirimden önceki satış fiyatları ile indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihlerine yer verilmemesinin söz konusu mevzuat hükmüne *aykırı* olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 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 **Getir Perakende Lojistik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

85)

**Dosya No: 2024/6539**

**Şikayet Edilen: İzpa Tarım Ürünleri İthalat ve İhracat Pazarlama San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "Zeytineli" markalı ürün ambalajında ve <https://zeytineli.com.tr> URL adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "Zeytineli" markalı ürünlerin ambalajlarında ve <https://zeytineli.com.tr> URL adresli internet sitesinde "*Gemlik*" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından [https://zeytineli.com.tr/magaza/zeytineli-gemlik-mega-xl-201-230-y-s-1850 -gr/](https://zeytineli.com.tr/magaza/zeytineli-gemlik-mega-xl-201-230-y-s-1850-gr/) URL adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Zeytineli Yağlı Salamura Siyah Zeytin" isimli ürüne dair adı geçen internet sitesinde yer alan ürün adında "*Zeytineli Gemlik Mega / XL /201-230 (Y.S) 1850 Gr*" şeklinde,

<https://zeytineli.com.tr/magaza/zeytineli-gemlik-siyah-zeytin-1000gr/> URL adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Zeytineli Sofralık Yağlı Salamura Siyah Zeytin" isimli ürüne dair adı geçen internet sitesinde yer alan ürün adında "*Zeytineli Gemlik Siyah Zeytin 1000gr*" şeklinde,

<https://zeytineli.com.tr/magaza/zeytineli-gemlik-siyah-zeytin-3300gr/> URL adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen "Zeytineli Sofralık Yağlı Salamura Siyah Zeytin" isimli ürüne dair adı geçen internet sitesinde yer alan ürün adında "*Zeytineli Gemlik Siyah Zeytin 3300gr*" şeklinde ifadeler kullanılarak tanıtımlarda gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu ürünlerin Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 03.10.2005 tarihinde 76 tescil numarası ile menşe adı olarak tescillenen "Gemlik Zeytini" coğrafi işaret tesciline uygun olarak üretilmediğinden bahsi geçen ürünlere ilişkin yalnızca "Gemlik" ibaresi kullanılarak tanıtımların yapılamayacağı, bununla birlikte, yukarıda belirtilen tanıtımların mevcut halinin Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin "Etiketleme" başlıklı 12 nci

maddesinde yer alan; “(1) Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler, 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nde yer alan hükümler ile birlikte aşağıdaki hükümlere de uygun olur. c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “... ..çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.” hükmüne aykırılık teşkil ettiğinin anlaşıldığı, tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği’nin 12/1 inci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 5/1-a, 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 12/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

Buna göre, reklam veren **İzpa Tarım Ürünleri İthalat ve İhracat Pazarlama San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

86)

**Dosya No: 2024/6540**

**Şikayet Edilen: Görem Zeytin Gıda Hediyelik Eşya ve Turizm Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen “Görem” markalı ürün ambalajında ve <https://zeytingurmesi.com> URL adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından piyasaya arz edilen “Görem” markalı ürünlerin ambalajlarında ve <https://zeytingurmesi.com> URL adresli internet sitesinde “*Gemlik*” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.



**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından piyasaya arz edilen “Görem Gemlik Yağlı Sele Siyah Zeytin” isimli ve “Görem Gemlik Tuzsuz Kuru Sele Siyah Zeytin” isimli ürünlerin ambalajları ile <https://zeytingurmesi.com> URL adresli internet sitesinde, adı geçen ürünlerin açıklama kısmında “*Gemlik*” ibaresine yer verilerek reklamlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu ürünlerin Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 03.10.2005 tarihinde 76 tescil numarası ile menşe adı olarak tescillenen “Gemlik Zeytini” coğrafi işaret tesciline uygun olarak üretilmediğinden bahsi geçen ürünlere ilişkin yalnızca “Gemlik” ibaresi kullanılarak tanıtımların yapılamayacağı, bununla birlikte yukarıda belirtilen tanıtımların mevcut halinin Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin “Etiketleme” başlıklı 12 nci maddesinde yer alan; “(1) Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler, 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nde yer alan hükümler ile birlikte aşağıdaki hükümlere de uygun olur. c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “...çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.” hükmüne aykırılık teşkil ettiğinin anlaşıldığı, tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin 12/1 inci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a, 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 12/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Görem Zeytin Gıda Hediyelik Eşya ve Turizm Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

87)

**Dosya No: 2024/6541**

**Şikayet Edilen: Gintaş Tarım Ürün. Paz. Gıda Nak. Zeyt. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen “Giral” markalı ürün ambalajında ve <https://giralzeytincilik.com/> URL adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından piyasaya arz edilen “Giral” markalı ürünlerin ambalajlarında ve <https://giralzeytincilik.com/> URL adresli internet sitesinde “Gemlik” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından piyasaya arz edilen “Giral Gemlik Doğal Yağlı Siyah Zeytin” ve “Giral Gemlik Doğal Kuru Sele” isimli ürünlerin ambalajlarında “*Gemlik*” ibaresine ve <https://giralzeytincilik.com/> URL adresli internet sitesinde adı geçen ürünler hakkında “*Gemlik Zeytini*” ifadesine yer verilerek tanıtımlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu ürünlerin Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 03.10.2005 tarihinde 76 tescil numarası ile menşe adı olarak tescillenen “Gemlik Zeytini” coğrafi işaret tesciline uygun olarak üretilmediğinden bahsi geçen ürünlere ilişkin yalnızca “Gemlik” ibaresi kullanılarak tanıtımların yapılamayacağı, bununla birlikte, yukarıda belirtilen tanıtımların mevcut halinin Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin “Etiketleme” başlıklı 12 nci maddesinde yer alan; “(1) *Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler, 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nde yer alan hükümler ile birlikte aşağıdaki hükümlere de uygun olur. c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “... ..çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.*” hükmüne aykırılık teşkil ettiğinin anlaşıldığı, tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin 12/1 inci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a, 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 12/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gintaş Tarım Ürün. Paz. Gıda Nak. Zeyt. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

88)

**Dosya No: 2024/6544**

**Şikayet Edilen: Mesnevi Gıda İnş. Hay. Tekstil Mobilya Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "Teksen" markalı ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firma tarafından piyasaya arz edilen "Teksen" markalı ürünlere yönelik "*Gemlik*" ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından piyasaya arz edilen "Teksen Özel Yağlı Sele Siyah Zeytin" isimli ürünün ambalajında "*Gemlik*" ibaresine yer verilerek tanıtımlar gerçekleştirildiği, bu kapsamda, söz konusu ürünün Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 03.10.2005 tarihinde 76 tescil numarası ile menşe adı olarak tescillenen "Gemlik Zeytini" coğrafi işaret tesciline uygun olarak üretilmediğinden bahsi geçen ürüne ilişkin yalnızca "Gemlik" ibaresi kullanılarak tanıtımların yapılamayacağı, bununla birlikte, yukarıda belirtilen tanıtımların mevcut halinin Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin "Etiketleme" başlıklı 12 nci maddesinde yer alan; "(1) Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler, 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'nde yer alan hükümler ile birlikte aşağıdaki hükümlere de uygun olur... c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla ".....çeşidi" şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz." hükmüne aykırılık teşkil ettiğinin anlaşıldığı, tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin 12/1 inci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a, 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 12/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mesnevi Gıda İnş. Hay. Tekstil Mobilya Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

89)

**Dosya No: 2024/6542**

**Şikayet Edilen: Boztepe Zeytincilik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasaya arz edilen “Boztepe” markalı ürün ambalajında ve <https://www.boztepe.com.tr> URL adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından piyasaya arz edilen “Boztepe” markalı ürünlerin ambalajlarında ve <https://www.boztepe.com.tr> URL adresli internet sitesinde “Gemlik” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından piyasaya arz edilen “Boztepe Olive Doğal Fermente Gemlik Siyah Zeytin” isimli ürünlerin ambalajlarında ve <https://www.boztepe.com.tr> URL adresli internet sitesinde söz konusu ürünlerin adında “*Gemlik*” ibaresi, “Ürün Bilgisi” kısmında ise “*Gemlik Tipi*” ifadesi kullanılarak tanıtımlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu ürünlerin Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 03.10.2005 tarihinde 76 tescil numarası ile menşe adı olarak tescillenen “Gemlik Zeytini” coğrafi işaret tesciline uygun olarak üretilmediğinden bahsi geçen ürünlere ilişkin yalnızca “Gemlik” ibaresi kullanılarak tanıtımların yapılamayacağı, bununla birlikte, yukarıda belirtilen tanıtımların mevcut halinin Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin “Etiketleme” başlıklı 12 nci maddesinde yer alan; “(1) Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler, 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nde yer alan hükümler ile birlikte aşağıdaki hükümlere de uygun olur. c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “.....çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün

*adı olarak kullanılmaz.*” hükmüne aykırılık teşkil ettiğinin anlaşıldığı, tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatici mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin 12/1 inci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a, 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 12/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**90)**

**Dosya No: 2024/6543**

**Şikayet Edilen: Hilal DUMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından piyasaya arz edilen “Duman Gurme” markalı ürün ambalajında ve <https://www.dumangurme.com> URL adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Şahıs tarafından piyasaya arz edilen “Duman Gurme” markalı ürünlerin ambalajlarında ve <https://www.dumangurme.com> URL adresli internet sitesinde “Gemlik” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahıs tarafından piyasaya arz edilen “Duman Gurme Yağlı Sele” isimli ürünlerin ambalajlarında “*Gemlik*” ibaresine, <https://www.dumangurme.com/> URL adresli internet sitesinde, söz konusu ürünlerin adı ile

“Açıklama” kısmında ise “*Gemlik Siyah Zeytin*” ifadesine yer verilerek tanıtımlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, söz konusu ürünlerin Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından 03.10.2005 tarihinde 76 tescil numarası ile menşe adı olarak tescillenen “Gemlik Zeytini” coğrafi işaret tesciline uygun olarak üretilmediğinden bahsi geçen ürünlere ilişkin yalnızca “Gemlik” ibaresi kullanılarak tanıtımların yapılamayacağı, bununla birlikte, yukarıda belirtilen tanıtımların mevcut halinin Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin “Etiketletme” başlıklı 12 nci maddesinde yer alan; “(1) *Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler, 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nde yer alan hükümler ile birlikte aşağıdaki hükümlere de uygun olur. c) Zeytin çeşidi, tüm zeytinlerde etiket üzerinde belirtilen ürün adının punto büyüklüğünden, daha büyük bir puntoda olmamak şartıyla “.....çeşidi” şeklinde yazılarak belirtilebilir. Zeytin çeşidi, ürün adı olarak kullanılmaz.*” hükmüne aykırılık teşkil ettiğinin anlaşıldığı, tüm bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Türk Gıda Kodeksi Sofralık Zeytin Tebliği'nin 12/1 inci maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 5/1-a, 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-f, 7/5-g, 9/1, 9/5, 11/1-a, 12/2, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

91)

**Dosya No: 2024/6134**

**Şikayet Edilen: Güneş Kozmetik Sağlık Ürünleri Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından <https://www.arkopharma.com.tr/ananas-ananas-ve-bromelain-iceren-takviye-edici-gida-p-28> URL adresli internet sitesinde “Arkopharma” markalı ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından, <https://www.arkopharma.com.tr/ananas-ananas-ve-bromelain-iceren-tak-viye-edici-gida-p-28> URL adresli internet sitesinin 04.10.2024 tarihli görünümünde, “Arkopharma Ananas ve Bromelain İçeren Takviye Edici Gıda” isimli ürüne dair; *Ödem Atma Gücü: Bromelain, kan dolaşımını artırarak vücuttaki sıvıların daha etkili bir şekilde dolaşımına yardımcı olur ve vücuttaki ödemin giderilmesine yardımcı olur Kilo Kaybı: Arkopharma® Ananas, metabolizmanızı destekleyerek kilo kaybınıza yardımcı olur. Selülit Savaşçısı: Bromelain, selülit dokusunu bölen proteinleri parçalar ve dokulardaki tıkanıklığı açar. Bu sayede selülitleri azaltarak cildinizin pürüzsüzlüğünün azalmasına yardımcı olur.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından <https://www.arkopharma.com.tr/ananas-ananas-ve-bromelain-iceren-tak-viye-edici-gida-p-28> URL adresli internet sitesinin 04.10.2024 tarihli görünümünde, “Arkopharma Ananas ve Bromelain İçeren Takviye Edici Gıda” isimli ürüne dair; *Ödem Atma Gücü: Bromelain, kan dolaşımını artırarak vücuttaki sıvıların daha etkili bir şekilde dolaşımına yardımcı olur ve vücuttaki ödemin giderilmesine yardımcı olur Kilo Kaybı: Arkopharma® Ananas, metabolizmanızı destekleyerek kilo kaybınıza yardımcı olur. Selülit Savaşçısı: Bromelain, selülit dokusunu bölen proteinleri parçalar ve dokulardaki tıkanıklığı açar. Bu sayede selülitleri azaltarak cildinizin pürüzsüzlüğünün azalmasına yardımcı olur.*” şeklinde ifadeler kullanılarak reklamlar gerçekleştirildiği,

Bu kapsamda, 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 Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 5/10-a, 5/10-b, 5/10-c, 5/10-ç, 6/2, 8/1-a ve 10/4 üncü maddeleri,
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-ç, 7/3 ve 7/4 üncü maddeleri,
- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-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 **Güneş Kozmetik Sağlık Ürünleri Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

92)

**Dosya No: 2024/5005**

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

**Şikayet Edilen Reklam/TU:** Firmaya ait "Trendyol" isimli e-ticaret sitesinde "Zühre Ana" markalı ürüne yönelik gerçekleştirilen reklam ve ticari uygulamalar

**Reklam/TU Yayın/Erişim Tarihi:** 05.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "Trendyol" isimli e-ticaret sitesinde yer alan <https://www.trendyol.com/zuhre-ana/l-carnitine-destekli-form-macunu-orijinal-hologramli-urun-p-284873461?boutiqueId=61 &merchantId=123388&filterOverPriceListings=false&sav=true> URL adresli internet sitesinin "Ürün Değerlendirmeleri" kısmının 27.05.2024 tarihli görünümünde, "Zühre Ana Form Macunu" isimli ürün hakkında, 22.10.2022 tarihli değerlendirmede; "Üründen çok memnun kaldım. İştahımı kesinlikle azalttı. Tatlı krizlerim azaldı. Düzenli olarak tuvalete çıkıyorum. İsteyenlerin gönül rahathğıyla alabileceği bir üründür." şeklinde, 03.10.2024 tarihli değerlendirmede; "27.09.23 tarihinde başladım bugün tam 1 hafta oldu ve urunden çok amacak memnun kaldım. Kronik kabızlık problemim ve trioitlerimde kist varyavas çalışıyor tuvalete 5 gun de anca çıkıyordum taki bu urun sayesindehem tokluk hissi çok fazla veriyor abur cubur yeme istegini ortadankaldiriyor hemde metobolizmayı calistiriyor odem attırıyor su icmedigimzamanlarda bile fazlaca odem atabiliyorum umarım bu sekilde devam ederve fazla kilolarımdan kurtulurum alın stok yapın tadida çok guzel recelgibi bir kivamı var tesekkurler zuhre ana" şeklinde, 06.09.2022 tarihli değerlendirmede; "etkisi şöyle ki bağırsakları çalıştırıyor tuvalete cikmada sorun yaşayanlar varsa kesinlikle kullansın. su içmeyi unutan yeri geldiginde sadece ilac icerken su ictigimi fark edip gun icinde en fazla 2 bardak su ile yasayan biriyimdir ancak bu ürünü kullanmaya başlayalı litre tüketmeye başladım en sevdiğim yönü bu oldu. sürekli su icmek istiyosun tabi su ictikce odemlerde gidiyor genel olarak sevdim. indirimde 4 kutu almıştım ilk kutunun yarısına geldim sayılır duzenli tam kullanamadım ancak etkisi var kilo kaybına gelirsek 62 kg lerde



geziyordum inemiyordum su an yememe dikkat etmedigim halde 60lardayim daha fazla kullanımda etkisi artacaktır yine guncelleme yaparım 4 kutu bitince ürünler hasarsız olarak elime ulaştı” şeklinde, 25.04.2023 tarihli değerlendirmede; “ben bu ürünle gecen sene tanistim 18 kilo verdim ama sunu yapicaksiniz sabah 2 tatli kaşığı aksam 2 tatli kaşığı yemeklerden once kullanicaksiniz su icmeyi seven biri degilim bol bol su iciriyor 6 kutu aldım sımdı başladım tekrardan hicbir yan erkisi olmadı bana zaren bitkisel merak ettiginiz seyleri sorabilirsiniz” şeklinde, 11.08.2024 tarihli değerlendirmede; “3 haftadir kullanıyorum 81 kilodan 75 e indim indirimde stokladım tatliistegimi tamamen kesmekle birlikte istahimi kapatti zorunluluktan yemeyiyorum :) 3. kavanozdayım ben bitki caylari vs kullanamam yanetkilerinden dolayi hic bir yan etki yasamadım” şeklinde,

<https://www.trendyol.com/zuhre-ana/kozalak-macunu-cam-kozalagi-macunu-hologramli-urun-p-49226069/yorumlar?boutiqueId=61&merchantId=123388&filterOverPriceListings=false> URL adresli internet sitesinin “Ürün Değerlendirmeleri” kısmının 27.05.2024 tarihli görünümünde, “Zühre Ana Kozalak Macunu” isimli ürün hakkında, 05.04.2023 tarihli değerlendirmede; “Mucize gibi bişey bu tek kullanımda bile öksürüğümü kesti. Hasta olanöksüren oğluma verdim uyumadan önce öksürüksüz rahat bir gece geçirdik:))) kesinlikle stoklayacağım” şeklinde, 07.05.2024 tarihli değerlendirmede; “Astım olan oğlum için bittikçe alıyorum, öksürüğüne iyi geliyor” şeklinde,03.01.2023 tarihli değerlendirmede; “5 yaşında yeğenim için aldım, iştahı artırdı, bağışıklığıda artırırsa favori ürünüm olacak” şeklinde, 16.07.2023 tarihli değerlendirmede; “1,5 ay önce zatürre geçirdim ilaçlar vs derken iyileştim fakat en ufak bi üşütmede hemen öksürüğe çeviriyordu. İyileştikten 1 ay sonra boğaz enfeksiyonu ve öksürük başladı enfeksiyon ilaçlarla tedavi edildi ama öksürük bi türlü geçmiyordu annemin tavsiyesi ile aldım 2 günde öksürüğü kesti. Şimdi stok yapıcım alın aldırın mucize bi ürün inşallah içeriğini bozmazlar” şeklinde, 02.02.2022 tarihli değerlendirmede; “4 günde alerjik bronşit öksürüğümü kesti” şeklinde, 14.10.2022 tarihli değerlendirmede; “Kronik bronşit ve öksürüğe iyi geliyor. Balgam söktürücü özelliği var.” şeklinde, 29.04.2024 tarihli değerlendirmede; “mucize bir şey. babam koa hastası ve sigara kullanıyor. nefes alamıyordu öksürmekten. sadece bi kaç günde öksürüğü kesildi ve rahat nefes alıyor. bende de astım var ve kullanmaya başladığımdan bu yana çok rahatladım. alın aldırın daha ne diyeyim.” şeklinde, 29.11.2022 tarihli değerlendirmede; “Öksürüğe iyi geliyor cidden..Kızım 5buçuk yaşında alerjik astımı var..buara kreşte herkes hasta tabii bizim de astım ataklarımızı tetikledimikroplar..enfeksiyon geçti ilaçlarla ama öksürük geçmedi..son çare buürünü aldım ve gerçekten çok iyi geldi... çok tavsiye” şeklinde,

<https://www.trendyol.com/zuhre-ana/sultan-macunu-dulavrat-otu-hayit-ve-civanpercemi-iceren-macun-240-gr-p-687944359?boutiqueId=61&merchantId=123388&filterOverPriceListings=false&sav=true> URL adresli internet sitesinin “Ürün Değerlendirmeleri” kısmının 27.05.2024 tarihli görünümünde, “Zühre Ana Sultan Macunu” isimli ürün hakkında, 15.05.2024 tarihli değerlendirmede; “ürünü yaklaşık 1 buçuk aydır annemle birlikte kullanıyoruz ve çok memnunuz. ben şiddetli regl sancısı, k\*\*ama azlığı ve erken regl sorunu yaşayan biriyim. ağırlarımı hafifletti. gününde regl oluyorum ve k\*\*namam eskiye göre çok daha iyi. kargo ve paketleme de çok iyiydi. teşekkürler.” şeklinde,

31.01.2024 tarihli değerlendirmede, “Aldığımdan bu yana 10 gün kadar oldu kavanozun yarısını kullandım. Kullanım sonrası için söyleyeceğim karın bölgemdeki basınçlı ağrı ve akıntı kaşıntı ne varsa geçirdi. Başta korktum içindekilere herhangi bir alerjim var mıdır diye ilk gün ve ikinci gün vs. çay kaşığı ile denedim sonrasında normal kullanımına devam ettim. Bende herhangi bir yan etkisi olmadı, ağrılarımı aldı ayrıca söylendiği gibi regl dönemi de çok rahat ve ağrısız geçirdim ben genel olarak memnun kaldım. Kampanyası varken ikili kavanozu 350 tl almıştım. Satıcı da özenli paketlemişti sorunsuz elime ulaştı teşekkür ederim emeği geçen herkese” şeklinde, 21.03.2024 tarihli değerlendirmede; “Allah'ım sizden razı olsun herşey bir vesiledir hemen hemen 1 yıldır regl olamıyordum doktora gidip ilaç kullanınca oluyordum anca ve bu 5 yıldır devam ediyor bu sultan macununu aldım ve dün geldi akşam iki çay kaşığı içtim birde gece yatmadan içtim sabah adet oldum Allahum sanan şükürler olsun evliyim bebek istiyoruz insAllah hayırlı evlat sahibi oluruz” şeklinde,

19.03.2024 tarihli değerlendirmede, “adet gecikmesi ve iltihap için çok iyi günde iki kaşık yetiyor” şeklinde, 20.03.2024 tarihli değerlendirmede, “polikistik over sendromu için aldım. 33 yaşındayım..14 yaşından beri hormonal akneyle savaşıyorum adet düzensizliği..hiç birsey fayda etmedi. adet düzensizliği için korunma haplarını kullanamıyorum pıhtı sorunum var diye.. yorumları okudum teker teker adet düzenlediği yazılmış.. ben yaklaşık bir buçuk haftadır kullanıyorum ramazan sebebiyle ilk 1 tatlı kaşığı ile başlamak istedim. yüzüm güzelleşti sivilcelerim yok oldu ciltte parlama siyah nokta azalması..o kadar şaşkınım ki yorumumu ilerleyen zamanlarda guncelleyeceğim. benim gibi olanlara faydası olur yorumumu okuyup almak isteyenler olur diye hemen yazmak istedim gelişimi.” şeklinde, 28.09.2023 tarihli değerlendirmede; “renglimi düzenlesin diye aldım ilk kavanoz bitmeden hamile kaldım 1.5 yıldır hamilelik için bekliyordum.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “Trendyol” isimli e-ticaret sitesinde “Zühre Ana Form Macunu”, “Zühre Ana Kozalak Macunu” ve “Zühre Ana Sultan Macunu” isimli ürünlerin “Ürün Değerlendirmeleri” kısmında yer alan yorumlarda sağlık beyanı içeren ifadeler kullanıldığı, bu kapsamda, 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 reklam ve ticari uygulamalarda yer alan söz konusu ifadeler ile mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkıldığı, dolayısıyla Yönetmelik’in ilgili hükümlerine aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların ve 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 Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 5/2-c, 5/2-ç, 5/10-a, 5/10-b, 5/10-c, 5/10-ç, 6/2, 8/1-a ve 10/4 üncü maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren/ticari uygulamada bulunan **DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamlar ile ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

93)

**Dosya No: 2024/4361**

**Şikayet Edilen: Getir Perakende Lojistik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait "Getir" isimli uygulama üzerinden "*%35'e varan indirimlerle Pepsi'li Fırsat Menüleri!*" ve "*2 al 1 öde!*" sloganlarıyla gerçekleştirilen kampanya reklamları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 01.04.2024, 04.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "Getir" isimli mobil uygulamada bulunan "Getiryemek" hizmetinde "*%35'e varan indirimlerle Pepsi'li Fırsat Menüleri!*" sloganıyla gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasında, "*Pepsi'li Fırsat Menüleri GetirYemek'te! Binlerce restoranda %35'e varan Pepsi'li Fırsat Menüleri GetirYemek'te*" ifadelerine ve "*2 al 1 öde*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "Getir" isimli mobil uygulamada bulunan "Getiryemek" hizmetinde "*%35'e varan indirimlerle Pepsi'li Fırsat Menüleri!*" sloganıyla gerçekleştirilen indirimli satış kampanyasında, "*Pepsi'li Fırsat Menüleri GetirYemek'te! Binlerce restoranda %35'e varan Pepsi'li Fırsat Menüleri GetirYemek'te*" şeklinde ifadeler kullanılarak reklamlar gerçekleştirildiği, tüketicilerin kampanya dahilindeki İstanbul'un Maltepe ilçesinin Feyzullah Mahallesinde bulunan "Dürüm Sarayı" isimli restorandan "*Pepsi'li Fırsat Menüsü*" kapsamında "Tavuk Şiş Dürüm" ve "Pepsi" markalı üründen oluşan 215,00 TL değerindeki "Pepsili Fırsat Menüsü 2" isimli

menüyü sepetlerine eklemek için seçim yaptıkları aşamada söz konusu menünün, 20,00 TL değerinde ekstra malzeme seçimi yapılmadan satın alınamadığının görüldüğü, diğer taraftan yine "Getiryemek" hizmetinde "2 al 1 öde" sloganıyla gerçekleştirilen kampanya reklamlarında, kampanyaya katılan restoranların, kampanya kapsamında 2 adet benzer üründen oluşan menülerinin, 1 adet ürün fiyatına satıldığı şeklinde tanıtıldığı, Ankara'nın Çankaya ilçesinin İşçi Blokları Mahallesi'ndeki "Burger Station" isimli restoranda anılan kampanya çerçevesinde, "Grill chicken burger menü (2 adet)" isimli menünün fiyatı olan 780,00 TL'nin üzeri çizilerek 390,00 TL şeklinde gösterildiği, ancak yapılan incelemeler neticesinde adı geçen ürünün kampanya dahilinde olmayan bir adet fiyatının 350 TL olduğu, dolayısıyla "Grill chicken burger menü (2 adet)" isimli menünün de mezkur kampanya dahilinde 350 TL'ye satılması gerektiği anlaşıldığından "2 al 1 öde" kampanyasının vaat edildiği şekilde uygulanmadığının tespit edildiği, tüm bu hususlar bir arada değerlendirildiğinde mevzubahis kampanya reklamlarının tüketicileri yanıltıcı ve aldatici mahiyette olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Getir Perakende Lojistik 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.

94)

**Dosya No: 2024/6615**

**Şikayet Edilen: Mustafa Ali YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.artvinmacahelciftligi.com/> isimli internet adresinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında, kuruluşa ait olduğu tespit edilen "arvinmacahelciftligi" isimli hesapta yer alan kestane balı reklam ve tanıtımları

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.artvinmacahelciftligi.com/> isimli internet adresinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında, kuruluşa ait olduğu tespit edilen

<https://www.instagram.com/arvinmacahelciftligi/> adresinde "*Artvin Macahel iftliği Artvin Kestane Ormanlarından Saf Kestane Balı*" şeklinde ifadelerle kestane balı satışına yönelik reklam ve tanıtımlarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Artvin İl Tarım ve Orman Müdürlüğünden iletilen yazıda, CİMER şikayet Sistemi ve Alo 174 Gıda İhbar ve şikayet Hattından gelen "Artvin Maçahel iftliği" unvanlı, TR-08-K-056522 işletme kayıt numaralı, üretici bilgileri kısmında Mustafa Ali YILMAZ ismi bulunan firmanın sahte kestane balı satışı yaptığı, ilgili kestane balı satışlarını <https://www.artvinmacahelciftligi.com/> uzantılı internet adresinden e-ticaret işlemi tesis ederek gerçekleştirdiği beyan edilerek şikayette bulunulduğu, söz konusu resmi yazı ve eki incelendiğinde, rapor içeriğinde yer alan Artvin İli Borçka İlçesi Camili Köyü muhtarı tarafından fiili olarak böyle bir işletmenin köy sınırlarında olmadığı Artvin Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yapılan denetim ile de teyit edildiği, ayrıca Borçka Esnaf ve Sanatkarlar Odası ile Borçka Ticaret ve Sanayi Odasından Mustafa Ali YILMAZ adına Borçka İlçesi ve köylerinde bir işletme beyanı olup olmadığı sorgulandığı, Mustafa Ali YILMAZ adı altından her hangi bir kayda rastlanmadığı, anılan odalar tarafından beyan edilmiştir. Satışa sunulan ürünlerin belirtilen isim ve adreste faaliyette bulunan bir firma tarafından resmi nitelikte üretime konu edilmediği ve "*Artvin Macahel iftliği Artvin Kestane Ormanlarından Saf Kestane Balı*" vb. ifadelerinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği'nin 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c, 7/1-, 7/2, 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, 7/2, 7/3 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 18/1, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mustafa Ali YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca aykırılığa konu internet sitesinde elektronik olarak iletişim kurulabilecek herhangi bir araç tespit edilememesi ve muhataba bildirimde bulunulamaması nedeniyle doğrudan **erişimin engellenmesine** karar verilmiştir.

## SAĞLIK

95)

**Dosya No: 2024/3638**

**Şikayet Edilen: Nilgün YANIKDORUĞU (Nilgün's Estetik ve Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Google isimli arama motorunda yapılan kuruluşa ait tanıtımlar, Instagram isimli sosyal medya mecrasında "*nilgunestetikveguzellik*" ve Facebook isimli sosyal medya mecrasında "*Nilgün's Estetik ve Güzellik Merkezi*" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait inceleme konusu Instagram ve Facebook isimli sosyal medya mecralarının 28.02.2024 tarihli görünümünde, kuruluşun isminin "*Nilgün's Estetik ve Güzellik Merkezi*" olarak tanıtıldığı, yine Instagram hesabının aynı tarihli görünümünde, "*Nilgün's Estetik ve Güzellik Merkezi En Değerli Giysiniz Cildiniz*" gibi ifadeler yer verildiği, ek olarak Google isimli arama motorunda, kuruluşun "*guzellik merkezi*" unvanıyla tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram ve Facebook isimli sosyal medya mecralarında, kuruluşun isminin "*Nilgün's Estetik ve Güzellik Merkezi*" olarak tanıtıldığı, yine Instagram hesabının aynı tarihli görünümünde, "*Nilgün's Estetik ve Güzellik Merkezi En Değerli Giysiniz Cildiniz*" gibi ifadeler yer verildiği, ek olarak Google isimli arama motorunda, kuruluşun "*guzellik 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 5/2 nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nilgün YANIKDORUĞU (Nilgün's Estetik ve Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

96)

**Dosya No: 2024/3644**

**Şikayet Edilen: Yunus KAYA (Yunus Kaya Nova Beauty Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 17.12.2023

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 17.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Medikal cilt bakımı, dermapen, hi-fu (ameliyatsız cilt gençleştirme)*" gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yer verildiği, ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminde "*estetik*" ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "*novaesthetic*" isimli Instagram hesabındaki tanıtımların 17.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Medikal cilt bakımı, dermapen, hi-fu (ameliyatsız cilt gençleştirme)*" gibi doktorlar tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin isimlerine ve bu tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların görüntülerine yer verilerek tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminde "*estetik*" ifadesinin kullanıldığı, buna karşın kuruluşun güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı tespit edildiği, dolayısıyla bahsi geçen tanıtımların kamu sağlığını bozucu, tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, buna karşın kuruluşta gerçekleştirilen sağlık alanındaki bu tür uygulamaların, mevzuat gereği, ancak ilgili uzman tabipler tarafından ve yetkili sağlık kuruluşlarında uygulanabileceği, dolayısıyla söz konusu tıbbi tedavilere yönelik olarak yapılan tanıtımların da ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu,

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 yetkinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır.*" hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1'in "*J-Güzellik Salonları*" başlıklı bölümünde 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 5/2 nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yunus KAYA (Yunus Kaya Nova Beauty Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (Üçyüzkırkyedibinyüzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

97)

**Dosya No: 2024/3595**

**Şikayet Edilen: Q Derm Estetik Güzellik Merkezi Sanayi Ticaret Limited Şirketi (Q Derm Estetik Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında "*qdermestetik*", Facebook isimli sosyal medya mecrasında "*Q Derm Estetik*", Youtube isimli sosyal medya mecrasında "*Q Derm Estetik*" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar ile "*qderm.com.tr*" adresli internet sitesi üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.12.2023, 19.12.2023, 16.01.2024, 17.01.2024, 07.11.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram hesabında yayımlanan tanıtımların 16.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, "*#pinkglow*" ifadesi ile birlikte ilaç görseline yer verildiği, "*#saçprptedavisi, #hairprptreatment, #plazmalifting, #burundolgusu, grp tedavisi nedir, botoks ve diğer medikal işlemlerde...*", "*...plazma gereksinim söz konusu olan cilt bölümlerine çok ince uçlu olan iğneler kullanılarak ile enjekte edilir.*", "*İstanbul'da ilk hastamız Almanya'dan gelen Nuray Hanım oldu.*", 16.01.2024 tarihli görünümünde, "*botoks ve diğer medikal işlemlerde...*" ifadelerine, Facebook isimli sosyal medya mecrasında "*Q Derm Estetik*" isimli

hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 19.12.2023, 07.11.2024 tarihli görünümünde, *"Burun dolgusu işlemi...Burnunuza yapılacak küçük dokunuşlar ile istediğiniz estetik görünüme kavuşabilirsiniz."*, *"#burundolgusu"* gibi ifadelerle, Youtube isimli sosyal medya mecrasında *"Q Derm Estetik"* isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 17.01.2024 tarihli görünümünde, *"DNA ışıltısı ile cilt gençleştirme... Dermatoloji Uzmanı Dr. Furkan AYGÜL anlatıyor."* gibi ifadelerle yer verildiği, *"qderm.com.tr"* adresli internet sitesinin 17.01.2024 tarihli görünümünde, *"Cilt gençleştirme, botoks, dermapen, dudak ve yüz dolgusu, gençlik aşısı, göz altı-çevresi tedavisi, göz altı ışık dolgusu, ipe yüz germe (v-d lift), karbon peeling, kimyasal peeling, medikal cilt bakımı, mezoterapi, prp, lazer tedavileri"* gibi tıbbi işlemlerin isimlerine ve söz konusu tıbbi işlemler esnasında hasta görüntülerine yer verildiği, medikal işlemleri yapan şahsın *"@dr.aygul.f"* ifadesi kullanılarak doktor gibi tanıtıldığı, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminde *"estetik"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram hesabında yayımlanan tanıtımların 16.12.2023 tarihli görünümünde örnek olarak, *"#pinkglow"* ifadesi ile birlikte ilaç görseline yer verildiği, *"#saçprptedavisi, #hairprptreatment, #plazmalifting, #burundolgusu, grp tedavisi nedir, botoks ve diğer medikal işlemlerde..."*, *"...plazma gereksinim söz konusu olan cilt bölümlerine çok ince uçlu olan iğneler kullanılarak ile enjekte edilir."*, *"İstanbul'da ilk hastamız Almanya'dan gelen Nuray Hanım oldu."*, 16.01.2024 tarihli görünümünde, *"botoks ve diğer medikal işlemlerde..."* ifadelerine, Facebook isimli sosyal medya mecrasında *"Q Derm Estetik"* isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 19.12.2023, 07.11.2024 tarihli görünümünde, *"Burun dolgusu işlemi...Burnunuza yapılacak küçük dokunuşlar ile istediğiniz estetik görünüme kavuşabilirsiniz."*, *"#burundolgusu"* gibi ifadelerle, Youtube isimli sosyal medya mecrasında *"Q Derm Estetik"* isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımların 17.01.2024 tarihli görünümünde, *"DNA ışıltısı ile cilt gençleştirme... Dermatoloji Uzmanı Dr. Furkan AYGÜL anlatıyor."* gibi ifadelerle yer verildiği, *"qderm.com.tr"* adresli internet sitesinin 17.01.2024 tarihli görünümünde, *"Cilt gençleştirme, botoks, dermapen, dudak ve yüz dolgusu, gençlik aşısı, göz altı-çevresi tedavisi, göz altı ışık dolgusu, ipe yüz germe (v-d lift), karbon peeling, kimyasal peeling, medikal cilt bakımı, mezoterapi, prp, lazer tedavileri"* gibi tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, söz konusu tıbbi işlemler esnasında hasta görüntülerine yer verildiği, medikal işlemleri yapan şahsın *"@dr.aygul.f"* ifadesi kullanılarak doktor gibi tanıtıldığı, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun isminde *"estetik"* ifadesine yer verildiği ve bu şekilde gerçekleştirilmiş olan tanıtımların kamu sağlığını bozucu, tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, buna karşın kuruluştaki gerçekleştirilen sağlık alanındaki bu tür uygulamaların, mevzuat gereği, ancak ilgili uzman tabipler tarafından ve yetkili sağlık kuruluşlarında uygulanabileceği, dolayısıyla söz konusu tıbbi tedavilere yönelik olarak yapılan tanıtımların da ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu,

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 5/2 nci maddesi,
- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in Ek-1 Kısım "J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Q Derm Estetik Güzellik Merkezi Sanayi Ticaret Limited Şirketi (Q Derm Estetik Güzellik Salonu)** hakkında, reklamın 7529 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un yayım tarihi olan 30.10.2024 tarihinden sonra da yayında olduğunun tespit edildiği de dikkate alınmak suretiyle 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **600.000-TL (Altyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

98)

**Dosya No: 2024/4011**

**Şikayet Edilen: Hasret Barış ÇEŞNİGİL (Md Estetica Clinic Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında "mdesteticaclinic" isimli hesaplar üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.01.2024, 27.03.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram hesabında yayımlanan tanıtımların 25.01.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "İp askı, botoks, dudak dolgusu, chin filler, gençlik aşısı, burun dolgusu, undereye filler, botoks uygulaması" gibi ifadelerle yer verilerek bahsi geçen tıbbi işlemlerin isimlerine yer verildiği, "İp askı zamanı durdurun 10.000 TL", "Dolgu ve botoksta 14 Şubat kampanyası 1 ml dolgu 2000 TL, botoks 1750 TL, hediye; mezoterapi", "Muhteşem ip askı indirimi ile karşınızdayız. Bu fırsattan siz de yararlanmak istiyorsanız..." şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı, inceleme konusu tanıtımların 27.03.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "gençlik aşısı, 1 ml dudak dolgusu, burun dolgusu, ışık dolgusu, ip askı, botoks uygulaması, yanak dolgusu, ip askı-dudak dolgusu" gibi ifadelerle yer verilerek söz konusu tıbbi işlemlerin isimlerine ve bu tıbbi işlemlerin uygulanması esnasında hastaların görüntülerine yer verildiği, ayrıca kuruluşun "Md Estetica Clinic" olarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram hesabında yayımlanan tanıtımların 25.01.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "İp askı, botoks, dudak dolgusu, chin filler, gençlik aşısı, burun dolgusu, undereye filler, botoks uygulaması" gibi ifadelerle yer verilerek bahsi geçen tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımların yapıldığı, "İp askı zamanı durdurun 10.000 TL", "Dolgu ve botoksta 14 Şubat kampanyası 1 ml dolgu 2000 TL, botoks 1750 TL, hediye; mezoterapi", "Muhteşem ip askı indirimi ile karşınızdayız. Bu fırsattan siz de yararlanmak istiyorsanız..." şeklinde kampanya bilgilerinin paylaşıldığı, inceleme konusu tanıtımların 27.03.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "gençlik aşısı, 1 ml dudak dolgusu, burun dolgusu, ışık dolgusu, ip askı, botoks uygulaması, yanak dolgusu, ip askı-dudak dolgusu" gibi ifadelerle yer verilerek söz konusu tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımların yapıldığı ve bu tıbbi işlemlerin uygulanması esnasında hastaların görüntülerine yer verildiği, ayrıca kuruluşun "Md Estetica Clinic" olarak isimlendirilerek bir sağlık kuruluşu gibi tanıtıldığı, buna karşın kuruluşunuzda gerçekleştirilen sağlık alanındaki bu tür uygulamaların, mevzuat gereği, ancak ilgili uzman tabipler tarafından ve yetkili sağlık kuruluşlarında uygulanabileceği, dolayısıyla söz konusu tıbbi tedavilere yönelik olarak yapılan tanıtımların da ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu,

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 5/2 nci maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hasret Barış ÇEŞNİGİL (Md Estetica Clinic 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.

99)

**Dosya No: 2024/4518**

**Şikayet Edilen: Dent Ölce Sağlık Hizmetleri Medikal Ürünler İnşaat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (Özel BC Klinik Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Facebook isimli sosyal medya mecrasında, şirkete ait "BC Klinik" isimli hesap üzerinden yayımlanan "*Merhaba Belçika BC Diş Kliniği olarak sağlıklı gülüşleriniz için sizi Eskişehir'de görmeyi dört gözle bekliyoruz.*" başlıklı tanıtım

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımın 10.03.2024 tarihli görünümünde, "*Merhaba Belçika BC Diş Kliniği olarak sağlıklı gülüşleriniz için sizi Eskişehir'de görmeyi dört gözle bekliyoruz Hollywood Gülüşü, Diş İmplantı Porselen Kaplama ve daha fazlası için özel diş tedavi paketlerimizle hayalinizdeki gülümsemeyi elde...*", "*İmplant Diş, Diş Kaplama, Hollywood Smile, Ücretsiz Muayene, Otel Konaklama, Herşey Dahil Paket, Ağız içi Fotoğrafi ile Fiyat Al, Health/beauty, Dentis, Dermatologist*" gibi ifadeler ile sponsorlu paylaşıma yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayet konusu tanıtımın 10.03.2024 tarihli görünümünde, "*Merhaba Belçika BC Diş Kliniği olarak sağlıklı gülüşleriniz için sizi Eskişehir'de görmeyi dört gözle bekliyoruz Hollywood Gülüşü, Diş İmplantı Porselen Kaplama ve daha fazlası için özel diş tedavi paketlerimizle hayalinizdeki gülümsemeyi elde...*", "*İmplant Diş, Diş Kaplama, Hollywood Smile, Ücretsiz Muayene, Otel Konaklama, Herşey Dahil Paket, Ağız içi Fotoğrafi ile Fiyat Al, Health/beauty, Dentis, Dermatologist*" gibi talep yaratıcı ifadeler ile sponsorlu paylaşıma yer verildiği, ayrıca söz konusu kuruluş adına ilgili kurumlarda düzenlenen herhangi bir Uluslararası Sağlık Turizmi Yetki Belgesi'nin bulunmadığının tespit edildiği, 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;

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

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

-Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g 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 **Dent Ölce Sağlık Hizmetleri Medikal Ürünler İnşaat Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi (Özel BC Klinik Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

100)

**Dosya No: 2024/6346**

**Şikayet Edilen: Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Ticaret Limited Şirketi (Özel Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya mecrasında "drsongulmirzaoglu" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar ile "dentumitkoy.com" adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu Instagram hesabının 22.05.2024 tarihli görünümünde, "...hastamızın rahatı ve memnuniyeti bizim için her zaman önceliklidir. Sonuç olarak, hastamıza hayalindeki gülümsemeyi kazandırmak için titizlikle çalıştık. Hastamızın gülüş tasarımı sürecinde yanında olmaktan ve onun mutluluğuna katkıda bulunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Sağlıklı ve güzel bir gülümseme her şeydir.", "İmplant destekli protezlerle konforu keşfedin. Kaybettiğiniz dişlerin yerine implantlarla desteklenmiş rahat ve güvenilir protezlerle doğal gülümsemenizi geri kazanın. Gülüşünüz bizimle güzel.", "#KonforluGülümseme" gibi ifadelere, tıbbi işlem esnasında hasta görüntülerine yer verildiği, "#BotoksUygulaması, #BotoksEstetiği, #BotoksGüzelliği" gibi söz konusu şahsın yetkisi dışında tedavi yöntemleri sunduğuna dair tanıtım yapıldığı, "dentumitkoy.com" adresli internet sitesinin 22.05.2024 tarihli görünümünde, "Songül Hanım'a Ümitköy Galeria karşısındayken

*de gitmiştim yıllar önce, o zamandan beğenirim işçiliğini. Dolguyu kendisine değil de biraz çekinerek birlikte çalıştığı Melike Hanıma yaptırdım...", "Başta Melike Hocam olmak üzere bütün personele ilgi ve alakalarından dolayı çok teşekkür ederim. Kliniğin temizliğine çok ayrı bir parantez açmak istiyorum titizlik konusunda çok hassaslar. Gerek güler yüzlü olmaları...", "Tek kelimeyle mükemmel anlatılmaz yaşanır", "Uzmanlık, tecrübe, yeni teknoloji ve güleryüzlü yaklaşım. Sonuç: diş tedavisini kabus olmaktan çıkarmak ve kalıcı çözümler üretmek...Kanal tedavisinde uyuklayan bir hastaya şahit olan var mı, bilemiyorum." gibi hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Instagram hesabının 22.05.2024 tarihli görünümünde, "...hastamızın rahatı ve memnuniyeti bizim için her zaman önceliklidir. Sonuç olarak, hastamıza hayalindeki gülümsemeyi kazandırmak için titizlikle çalıştık. Hastamızın gülüş tasarımı sürecinde yanında olmaktan ve onun mutluluğuna katkıda bulunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Sağlıklı ve güzel bir gülümseme her şeydir.", "İmplant destekli protezlerle konforu keşfedin. Kaybettiğiniz dişlerin yerine implantlarla desteklenmiş rahat ve güvenilir protezlerle doğal gülümsemenizi geri kazanın. Gülüşünüz bizimle güzel.", "#KonforluGülümseme" gibi ifadelere, tıbbi işlem esnasında hasta görüntülerine yer verildiği, "#BotoksUygulaması, #BotoksEstetiği, #BotoksGüzelliği" gibi söz konusu şahsın yetkisi dışında tedavi yöntemleri sunduğuna dair tanıtım yapıldığı, "dentumitkoy.com" adresli internet sitesinin 22.05.2024 tarihli görünümünde, "Songül Hanım'a Ümitköy Galeria karşındayken de gitmiştim yıllar önce, o zamandan beğenirim işçiliğini. Dolguyu kendisine değil de biraz çekinerek birlikte çalıştığı Melike Hanıma yaptırdım...", "Başta Melike Hocam olmak üzere bütün personele ilgi ve alakalarından dolayı çok teşekkür ederim. Kliniğin temizliğine çok ayrı bir parantez açmak istiyorum titizlik konusunda çok hassaslar. Gerek güler yüzlü olmaları...", "Tek kelimeyle mükemmel anlatılmaz yaşanır", "Uzmanlık, tecrübe, yeni teknoloji ve güleryüzlü yaklaşım. Sonuç: diş tedavisini kabus olmaktan çıkarmak ve kalıcı çözümler üretmek...Kanal tedavisinde uyuklayan bir hastaya şahit olan var mı, bilemiyorum." gibi hasta yorumlarına yer verildiği, tüm bu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 24 üncü 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, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,



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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Ticaret Limited Şirketi (Özel Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

101)

**Dosya No: 2024/6207**

**Şikayet Edilen: Duyumed İşitme Cihazları**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "duyumed" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "duyumed" kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Odyoloji cihazları ile ilgili tüm ihtiyaçlarınız için bizimle iletişime geçebilirsiniz. #odyolog #odyoloji #tanısalcihazlar#odyolojicihazlari Neden bizi tercih etmelisiniz? SGK anlaşmalı kredi kartlarına taksit seçenekleri ekonomik fiyatlar kaliteli işitme çözümleri erişilebilir fiyatlarla! Uzak bağlantı desteği: SONIC işitme cihazınızın ayarları için odyologlarımızdan uzak bağlantı desteği alabilirsiniz. Bluetooth bağlantısı kablosuz bir dünyaya adım atın..." gibi ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "duyumed" kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Odyoloji cihazları ile ilgili tüm ihtiyaçlarınız için bizimle iletişime geçebilirsiniz. #odyolog #odyoloji #tanısalcihazlar#odyolojicihazlari Neden bizi tercih etmelisiniz? SGK anlaşmalı kredi kartlarına taksit seçenekleri ekonomik fiyatlar kaliteli işitme çözümleri erişilebilir fiyatlarla! Uzak bağlantı desteği: SONIC işitme cihazınızın ayarları için odyologlarımızdan uzak bağlantı desteği alabilirsiniz. Bluetooth bağlantısı kablosuz bir dünyaya adım atın..." gibi ifadeler yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların 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,
- Ismarlama Protez Ortez Merkezleri ile İşitme Cihazı Merkezleri Hakkında Yönetmelik'in 16/1-c ve 16/1-ç 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 **Duyumed İşitme Cihazları** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

102)

**Dosya No: 2024/6206**

**Şikayet Edilen: Helix İşitme Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "helixisitmemerkezleri" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "helixisitmemerkezleri" kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Kulakta görünmez micro işitme cihazı ile tanıştınız mı? Kulağınızda ultra küçük işitme cihazınızla konforlu işitme özgürlüğü yaşayın. Grubunun en güçlüsü, grubunun en donanımlısı, grubunun en rekabetçisi..." gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "helixisitmemerkezleri" kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Kulakta

*görünmez micro işitme cihazı ile tanıştınız mı? Kulağınızda ultra küçük işitme cihazınızla konforlu işitme özgürlüğü yaşayın. Grubunun en güçlüsü, grubunun en donanımlısı, grubunun en rekabetçisi..."* 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,
- İsmarlama Protez Ortez Merkezleri ile İşitme Cihazı Merkezleri Hakkında Yönetmelik'in 16/1-c ve 16/1-ç 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 **Helix İşitme Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2024/6208**

**Şikayet Edilen: İdis İşitme Merkezleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "idisisitmemerkezleri" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "idisisitmemerkezleri" kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Siz de Nermin gibi arkadaş buluşmalarında

*konuşulanları kaçırıyor ve tekrar tekrar sormaktan çekiniyor musunuz? Nermin'in arkadaşlarıyla buluşmalarındaki keyifli sohbetleri, işitme cihazının desteğiyle tekrar canlanıyor. Sessizlik, hayatın en önemli anlarını kaçırmak demektir. Güzel bir gülüş, sevdiğinizin neşeli konuşmaları, doğanın melodileri... tüm bu anlar, hayatın seslerinin büyüğü dokusunu oluşturur. Ancak işitme sorunları, bu değerli sesleri kaybetmenize neden olabilir. Hayatın sesine kulak verin ve güzelliklerle dolu bir dünyaya adım atın. #idisişitme #HayatınSesineKulakVer..." gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "idisisitmemerkezleri" kullanıcı isimli sayfanın 05.06.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Siz de Nermin gibi arkadaş buluşmalarında konuşulanları kaçırıyor ve tekrar tekrar sormaktan çekiniyor musunuz? Nermin'in arkadaşlarıyla buluşmalarındaki keyifli sohbetleri, işitme cihazının desteğiyle tekrar canlanıyor. Sessizlik, hayatın en önemli anlarını kaçırmak demektir. Güzel bir gülüş, sevdiğinizin neşeli konuşmaları, doğanın melodileri... tüm bu anlar, hayatın seslerinin büyüğü dokusunu oluşturur. Ancak işitme sorunları, bu değerli sesleri kaybetmenize neden olabilir. Hayatın sesine kulak verin ve güzelliklerle dolu bir dünyaya adım atın. #idisişitme #HayatınSesineKulakVer..." gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1-a ve 15/1-b maddeleri,
- İsmarlama Protez Ortez Merkezleri ile İşitme Cihazı Merkezleri Hakkında Yönetmelik'in 16/1-c ve 16/1-ç 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 **İdis İşitme Merkezleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

104)

**Dosya No: 2024/6200**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "bahcesehiroptikofficial" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Konforlu, şık ve feminen #silhoutteglases #optikgözlük...Herhangi bir göz kusuru olmasa da; PC'de ders çalışırken, TV izlerken, tablet oynarken fazla ekrana maruz kalan çocuklarımıza, mavi ışın korumalı numarasız gözlük kullandırarak, onların göz sağlıklarını koruyabiliriz..." gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "bahcesehiroptikofficial" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Konforlu, şık ve feminen #silhoutteglases #optikgözlük...Herhangi bir göz kusuru olmasa da; PC'de ders çalışırken, TV izlerken, tablet oynarken fazla ekrana maruz kalan çocuklarımıza, mavi ışın korumalı numarasız gözlük kullandırarak, onların göz sağlıklarını koruyabiliriz..." gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1-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 **Bahçeşehir Optik** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

105)

**Dosya No: 2024/6199**

**Şikayet Edilen: Atakul Optik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "atakul\_optik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "atakul\_optik" kullanıcı isimli sayfanın 13.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Alp Bora Bey'in tercihi biz olduk güzel günlerde kullanmasını diler,bizi tercih ettiği için teşekkür ediyoruz...Ziğnet Hanım'a zevkli tercihi ile seçtiği çerçevesine 1.67 progresif camlarımızdan yaptık. Güzel günlerde kullanmasını diler, bizi tercih ettiği için teşekkür ediyoruz..." gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "atakul\_optik" kullanıcı isimli sayfanın 13.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Alp Bora Bey'in tercihi biz olduk güzel günlerde kullanmasını diler,bizi tercih ettiği için teşekkür ediyoruz...Ziğnet Hanım'a zevkli tercihi ile seçtiği çerçevesine 1.67 progresif camlarımızdan yaptık. Güzel günlerde kullanmasını diler, bizi tercih ettiği için teşekkür ediyoruz..." 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 **Atakul Optik** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

106)

**Dosya No: 2024/6196**

**Şikayet Edilen: Çınar Optik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "cinaroptik51" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "cinaroptik51" kullanıcı isimli sayfanın 06.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Uzak yakın ikisi bir arada(prograsive) cam kullanamıyorum diyenlere kaliteli cam her daim kullanım rahatlığı sağlar. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir. Kalite cam kaliteli çerçeve tercih etmiştir. Sadece takipte kalın. En iyisini yapmaya devam ediyoruz...Bir gözlük camında aranan tüm özellikleri sağlayan cam yapmışlar. Hem mavi ışık korumalı hem de gece sürüş camı özelliği barındırır. Kalite cam kaliteli çerçeve tercih etmiştir. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir...Kaliteli çerçeve ile kaliteli camın birleştiği nokta...Nba marka çerçevemiz ile crizal prevensia cam müşterimize hayırlı olsun. Güzel günlerde kullansın inşallah. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir...Dertli, kullanılması zor olan yüksek numaralı camlar hiçbir zaman bu kadar kolay ve ince şekilde kullanılmamıştır. Dertlere son vermeye devam ediyoruz. İşimizi en iyi şekilde yapmaya devam ediyoruz. Sizler sorunu söyleyin bizler sorunu çözelim. Kalın duran camlar artık çok ince... Faset çerçeveye prograsive (uzak yakın) cam nasıl yapılır onun örneği. Tek rakibimiz Türk hava yolları. Anlatmaya gerek yok kalite hiçbir zaman tesadüf değildir...Zeiss marka %45 inceltmiş mavi kaplama cam ve kaliteli çerçevemiz müşterimize hayırlı olsun. Güzel günlerde kullansın inşallah. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir. Sadece takipte kalın. Biz iyisini yapana kadar en iyisi olmaya devam edeceğiz..." gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "cinaroptik51" kullanıcı isimli sayfanın 06.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...Uzak yakın ikisi bir arada(prograsive) cam kullanamıyorum diyenlere kaliteli cam her daim kullanım rahatlığı sağlar. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir. Kalite cam kaliteli çerçeve tercih etmiştir. Sadece takipte kalın. En iyisini yapmaya devam ediyoruz...Bir gözlük camında aranan tüm özellikleri sağlayan cam yapmışlar. Hem mavi ışık korumalı hem de gece sürüş camı özelliği barındırır.

*Kalite cam kaliteli çerçeve tercih etmiştir. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir...Kaliteli çerçeve ile kaliteli camın birleştiği nokta...Nba marka çerçevemiz ile crizal prevensia cam müşterimize hayırlı olsun. Güzel günlerde kullansın inşallah. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir...Dertli, kullanılması zor olan yüksek numaralı camlar hiçbir zaman bu kadar kolay ve ince şekilde kullanılmamıştır. Dertlere son vermeye devam ediyoruz. İşimizi en iyi şekilde yapmaya devam ediyoruz. Sizler sorunu söyleyin bizler sorunu çözelim. Kalın duran camlar artık çok ince... Faset çerçeveye progresive (uzak yakın) cam nasıl yapılır onun örneği. Tek rakibimiz Türk hava yolları. Anlatmaya gerek yok kalite hiçbir zaman tesadüf değildir...Zeiss marka %45 inceltilmiş mavi kaplama cam ve kaliteli çerçevemiz müşterimize hayırlı olsun. Güzel günlerde kullansın inşallah. Kalite hiçbir zaman tesadüf değildir. Sadece takipte kalın. Biz iyisini yapana kadar en iyisi olmaya devam edeceğiz..." gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,*

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1-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 **Çınar Optik** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

107)

**Dosya No: 2024/6193**

**Şikayet Edilen: Emir Optik**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet



**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “emiroptiklens” kullanıcı isimli sayfanın 06.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, “...NIKON Premium segment uzak orta ve yakın bir arada uygulamalar için detaylı bilgi alınız...Progressive camlara talep günden güne daha da artıyor, evet çünkü çok mantıklı...1+1=1 diyoruz ve sizi uzak ve yakın 2 ayrı gözlük almaktan kurtarıyoruz. Son teknoloji fotoğraflı hassas ölçümleme sistemimiz ile %100 görme garantisi sunuyoruz...” gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “emiroptiklens” kullanıcı isimli sayfanın 06.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, “...NIKON Premium segment uzak orta ve yakın bir arada uygulamalar için detaylı bilgi alınız...Progressive camlara talep günden güne daha da artıyor, evet çünkü çok mantıklı...1+1=1 diyoruz ve sizi uzak ve yakın 2 ayrı gözlük almaktan kurtarıyoruz. Son teknoloji fotoğraflı hassas ölçümleme sistemimiz ile %100 görme garantisi sunuyoruz...” gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1-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 **Emir Optik** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

108)

**Dosya No: 2024/6202**

**Şikayet Edilen: Bursa Turkuaz Optik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “optikturkuaz” kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “optikturkuaz” kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, “...Uzak - Yakın bir arada progresif camlı gözlüklerde aynı numaralarda güneş gözlüğü hediye ediyoruz. Bu fırsatı kaçırmayın! Kampanya sınırlı süre için geçerlidir...Transition gözlük camları olarak da adlandırılan fotokromik gözlük camları, ışığa uyum sağlayan teknoloji mucizeleridir. Bu gözlük camları güneşten gelen UV ışınına maruz kaldığında kararır ve daha hafif ışıkta veya gece iç mekanlarda net görüş sağlamak için açılır. Kolay kullanım ve görme keskinliği, fotokromik gözlük camlarının iki belirgin avantajıdır. Yanınızda iki gözlük taşımak yerine yalnızca bir tane takmanız yeterlidir. Camlar şeffaftan renkliye fark edilmez bir şekilde geçiş yapar ve birkaç dakika içinde şeffaf hale geri döner. Fotokromik gözlük camları, hem iç hem de dış mekanlarda mükemmel görme keskinliği sunarak göz yorgunluğunu ve parlak güneş ışığı kaynaklı göz kısılmasını azaltır...Yapmış olduğumuz bu gözlükte çocuk hasta için tasarlanan Bifokal camlı gözlük miyopinin kontrol altına alınması ve ilerlemesini engellemek amacıyla yapılmıştır...Yeni bir optik gözlük alırken reçetemizle müessesenize başvurduğumuzda çerçeve ve cam seçimi sonucu siparişimizi tamamlarken neden odak ölçümü alıyorsunuz, odak ölçümü tam olarak nedir? Mağazalarımıza başvurduğunuzda öncelikle dikkat ettiğimiz husus hastaya en uygun camı ve çerçeveyi seçtirmektir. İyi bir görüşün en büyük etkeni size en uygun camı seçmek olduğu kadar seçilen ürünlerin doğru montajlanmasıdır. Mağazalarımızda montajlama aşamasına geçmeden mutlaka hastaya kişiye özel odaklama işlemini gerçekleştirmekteyiz. Odak ölçümü, hastanın göz bebeğinin ortası yani odak noktasının burnun orta noktasına göre mm cinsinden ölçülmesidir. Alınan kişiye özel ölçü ile seçilen camın odağının birbiri ile örtüşerek montaj yapılması hastaya en net görüşü vermektedir...Kalın camlar estetik değildir. Camlar kalınlaştıkça ağırlaşır. Camin içinde oluşacak yansımalar artar, camın kenarlarında görüntü kayıpları artar. Tüm bu sebeplerden camların bazı numaralardan sonra inceltmesi gerekmektedir...” gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “optikturkuaz” kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, “...Uzak - Yakın bir arada progresif camlı gözlüklerde aynı numaralarda güneş gözlüğü hediye ediyoruz. Bu fırsatı kaçırmayın! Kampanya sınırlı süre için geçerlidir...Transition gözlük camları olarak da adlandırılan fotokromik gözlük camları, ışığa uyum sağlayan teknoloji mucizeleridir. Bu gözlük camları güneşten gelen UV ışınına maruz kaldığında kararır ve daha hafif ışıkta veya gece iç mekanlarda net görüş sağlamak için açılır. Kolay kullanım ve görme keskinliği, fotokromik gözlük camlarının iki belirgin avantajıdır. Yanınızda iki gözlük taşımak yerine yalnızca bir tane takmanız yeterlidir. Camlar şeffaftan renkliye fark edilmez bir şekilde geçiş yapar ve birkaç dakika içinde şeffaf hale geri döner. Fotokromik gözlük camları, hem iç hem de dış mekanlarda mükemmel görme keskinliği sunarak göz yorgunluğunu ve parlak güneş ışığı kaynaklı göz kısılmasını azaltır...Yapmış olduğumuz bu gözlükte çocuk hasta için tasarlanan Bifokal camlı

*gözlük miyopinin kontrol altına alınması ve ilerlemesini engellemek amacıyla yapılmıştır...Yeni bir optik gözlük alırken reçetemizle müessesenize başvurduğumuzda çerçeve ve cam seçimi sonucu siparişimizi tamamlarken neden odak ölçümü alıyorsunuz, odak ölçümü tam olarak nedir? Mağazalarımıza başvurduğunuzda öncelikle dikkat ettiğimiz husus hastaya en uygun camı ve çerçeveyi seçtirmektir. İyi bir görüşün en büyük etkeni size en uygun camı seçmek olduğu kadar seçilen ürünlerin doğru montajlanmasıdır. Mağazalarımızda montajlama aşamasına geçmeden mutlaka hastaya kişiye özel odaklama işlemini gerçekleştirmekteyiz. Odak ölçümü, hastanın göz bebeğinin ortası yani odak noktasının burnun orta noktasına göre mm cinsinden ölçülmesidir. Alınan kişiye özel ölçü ile seçilen camın odağının birbiri ile örtüşerek montaj yapılması hastaya en net görüşü vermektedir...Kalın camlar estetik değildir. Camlar kalınlaştıkça ağırlaşır. Camın içinde oluşacak yansımalar artar, camın kenarlarında görüntü kayıpları artar. Tüm bu sebeplerden camların bazı numaralardan sonra inceltmesi gerekmektedir..." gibi ifadelere yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarılması 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 **Bursa Turkuaz Optik** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

109)

**Dosya No: 2024/6201**

**Şikayet Edilen: Berrak Optik**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “berrak.optik” kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan paylaşımda örnek olarak, “...+20,00 dioptiri , 6 aylık yavrumuza hayırlı olsun...” gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “berrak.optik” kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan paylaşımda örnek olarak, “...+20,00 dioptiri , 6 aylık yavrumuza hayırlı olsun...” gibi ifadelerle yer verildiği, ancak söz konusu tanıtımlarda herhangi bir cihazın tanıtımının yapılmadığı ve aykırı ya da yanıltıcı bir unsura rastlanmadığı tespit edilmiştir. Bu sebeple, şikayete konu tanıtımların mevzuata aykırı 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.

110)

**Dosya No:** 2024/6537

**Şikayet Edilen:** Uzm. Dr. Emin Kemal KÜÇÜK

**Şikayet Edilen Reklam:** “Instagram” isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait “op.dr.eminkemalkucuk” kullanıcı isimli hesaba ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “op.dr.eminkemalkucuk” kullanıcı isimli sayfanın 28.05.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif paylaşımlarda, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görsellere yer verildiği ve anılan sosyal medya mecrasında paylaşılan görsel içeriklerin yorum yapılmasına imkan verir şekilde açık olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde reklam verene ait “op.dr.eminkemalkucuk” kullanıcı isimli sayfanın 28.05.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif paylaşımlarda, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görsellere yer verildiği ve ayrıca anılan sosyal medya mecrasında paylaşılan görsel içeriklerin yorum yapılmasına imkan verir şekilde açık olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarla sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz konusu

tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam” niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 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-f, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-a, 7/1-f ve 7/1-g maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 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. Emin Kemal KÜÇÜK** 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.

111)

**Dosya No: 2024/6533**

**şikayet Edilen: Uzm. Dr. Alper şANLI**

**şikayet Edilen Reklam:** “Instagram” isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait “op.dr.alpersanli” kullanıcı isimli hesaba ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “op.dr.alpersanli” kullanıcı isimli sayfanın 20.09.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif paylaşımlarda, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görsellere ve hastalara ait öncesi/sonrası görsellere yer verildiği, ayrıca anılan sosyal medya mecrasında paylaşılan görsel içeriklerin yorum yapılmasına imkan verir şekilde açık olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde reklam verene ait “op.dr.alpersanli” kullanıcı isimli sayfanın 20.09.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif paylaşımlarda, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görsellere ve hastalara ait öncesi/sonrası görsellere yer verildiği, ayrıca anılan sosyal medya mecrasında paylaşılan görsel içeriklerin yorum yapılmasına imkan verir şekilde açık olduğu, dolayısıyla söz tanıtımlarla sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam” niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 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-f, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-a, 7/1-f ve 7/1-g maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 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. Alper ŞANLI** 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.

112)

**Dosya No: 2024/6534**

**Şikayet Edilen: Uzm. Dr. Ahmet GÜVENÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Instagram” isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait “drahmetguvenc” kullanıcı isimli hesaba ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 28.05.2024**

## **Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “drahmetguvenc” kullanıcı isimli sayfanın 28.05.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif paylaşımlard,; tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görsellere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrasına dair görsellere ve teşekkür içerikli hasta yorumlarına yer verildiği, ayrıca anılan sosyal medya mecrasında paylaşılan görsel içeriklerin yorum yapılmasına imkan verir şekilde açık olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde reklam verene ait “drahmetguvenc” kullanıcı isimli sayfanın 28.05.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif paylaşımlarda, tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görsellere, hastalara ait tedavi öncesi ve sonrasına dair görsellere ve teşekkür içerikli hasta yorumlarına yer verildiği, ayrıca anılan sosyal medya mecrasında paylaşılan görsel içeriklerin yorum yapılmasına imkan verir şekilde açık olduğu, dolayısıyla söz tanıtımlarla sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam” niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 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-f, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-a, 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 **Uzm. Dr. Ahmet GÜVENÇ** 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.

113)

**Dosya No: 2024/6535**

**Şikayet Edilen: Dr. Ahmet Burak ZAMBAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Instagram” isimli sosyal medya mecrasında şahsa ait “op.dr.ahmetburakzambak” kullanıcı isimli hesaba ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait “op.dr.ahmetburakzambak” kullanıcı isimli sayfanın 28.05.2024 tarihli görünümünde yer alan 17.05.2024 tarihli paylaşımda, tıbbi işlem uygulanmasına dair görüntüye yer verildiği ve anılan sayfadaki paylaşımların yoruma açık olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde reklam verene ait “op.dr.ahmetburakzambak” kullanıcı isimli sayfanın 28.05.2024 tarihli görünümünde yer alan 17.05.2024 tarihli paylaşımda, tıbbi işlem uygulanmasına dair görüntüye yer verildiği ve anılan sayfadaki paylaşımların yoruma açık olduğu, dolayısıyla söz tanıtımlarla sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu bağlamda söz konusu tanıtımların sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak “reklam” niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 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-f, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2, 7/1-a, 7/1-f ve 7/1-g maddeleri,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 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. Ahmet Burak ZAMBAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

114)

**Dosya No: 2024/2600**

**Şikayet Edilen: Esmâ KAYAKESER (Dokunuş Danışmanlık Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait iş yerinin faaliyet gösterdiği binanın girişinde yer alan ayaklı tabela ile kuruluşun tanıtımının yapıldığı "*Dokunuş Danışmanlık Merkezi*" ifadelî kartvizitler

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2023

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava, Kartvizit

**Tespitler:** Kuruluşun sağlık alanında faaliyet göstermek üzere ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmış olmamasına karşın, iş yerinin faaliyet gösterdiği binanın girişinde yer alan ayaklı tabelada, "*Dokunuş Danışmanlık Merkezi... Dil ve Konuşma Terapisi (...), Ergoterapi (...), Özel Eğitim (...), Fizik Tedavi (...), Psikoloji (...)*" gibi çeşitli hastalıkların tedavisinde uygulanan tıbbî hizmetlerin isimlerinin sayıldığı,

Aynı şekilde, kuruluşa ait kartvizitte, "*Kekemelik, Gecikmiş Konuşma, Artikülasyon Bozukluğu, Duyu Bütünleme, Down Sendromu, Gelişim Geriliği, Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite, Otizm, Öğrenme Güçlüğü, Davranış Bozukluğu*" gibi çeşitli hastalık hallerinin tedavisinde uygulanan "*Dil ve Konuşma Terapisi, Ergoterapi, Özel Eğitim ve Psikoloji (Neurofeedback, Aile Terapisi, Bireysel Psikoterapi, Derinlik Psikolojisi, Beden Odaklı Psikoterapi)*" gibi çeşitli tıbbî yöntemlerin isimleri sayılarak, sadece tabipler tarafından ve ruhsatlandırılmış sağlık kuruluşlarında gerçekleştirilmesi gereken birtakım uygulamaların, şahsa ait iş yeri bünyesinde gerçekleştirildiğine yönelik bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda, iş yerinin isminin "*Dokunuş Danışmanlık Merkezi*" olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşun sağlık alanında faaliyet göstermek üzere ilgili kurumlarca ruhsatlandırılmış olmamasına karşın, iş yerinin faaliyet gösterdiği binanın girişinde yer alan ayaklı tabelada, "*Dokunuş Danışmanlık Merkezi... Dil ve Konuşma Terapisi (...), Ergoterapi (...), Özel Eğitim (...), Fizik Tedavi (...), Psikoloji (...)*" gibi çeşitli hastalıkların tedavisinde uygulanan tıbbî hizmetlerin isimlerinin sayıldığı,

Aynı şekilde, kuruluşa ait kartvizitte, "*Kekemelik, Gecikmiş Konuşma, Artikülasyon Bozukluğu, Duyu Bütünleme, Down Sendromu, Gelişim Geriliği, Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite, Otizm, Öğrenme Güçlüğü, Davranış Bozukluğu*" gibi çeşitli hastalık hallerinin tedavisinde uygulanan "*Dil ve Konuşma Terapisi, Ergoterapi, Özel Eğitim ve Psikoloji (Neurofeedback, Aile Terapisi, Bireysel Psikoterapi, Derinlik Psikolojisi, Beden Odaklı Psikoterapi)*" gibi çeşitli tıbbi yöntemlerin isimleri sayılarak, sadece tabipler tarafından ve ruhsatlandırılmış sağlık kuruluşlarında gerçekleştirilmesi gereken birtakım uygulamaların, şahsa ait iş yeri bünyesinde gerçekleştirildiğine yönelik bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda, iş yerinin isminin "*Dokunuş Danışmanlık Merkezi*" olarak belirtildiği, ilgili mevzuatta "danışmanlık merkezi" olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, bu suretle, iş yerinin faaliyet alanı ve ismi ile ilgili de tüketicilerin yanlış bilgilendirildiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel Kanunu'nun Ek 11 inci maddesi,
- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 1, 8, 25 ve Ek-13 üncü maddeleri,
- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 31 inci 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 **Esmâ KAYAKESER (Dokunuş Danışmanlık Merkezi)** 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.

115)

**Dosya No: 2024/2605**

**Şikayet Edilen: Güven KARTAL (Vip Gold Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Instagram isimli sosyal medya hesabında "vipgold.guzellik.merkezi" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 26.12.2023 ve 13.09.2023

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 20.12.2023 tarihli görünümünde, *"İstenmeyen tüylere 2023 son kampanyasını kaçırmayın! #sacekimi", "Gold Güzellik Salonu... Lazer Epilasyon & Saç Ekim Merkezi..."*, 26.12.2023 ve 13.09.2023 tarihli görünümünde, *"Saç Ekim Deneyiminizi En Özel Şekilde Yaşayın! Saç Ekimi, Sakal, Bıyık, Kaş Ekimi, Ağrısız İşlem, Maksimum Graft, PRP, Mezoterapi tedavisi"* gibi tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

04.09.2023 tarihli görünümünde, *"Saç Ekim ve Simülasyon Merkezi. Uzman Kadrosuyla Hizmetinizde.", "Saç Ekim, Simülasyon ve Epilasyonda Lideriz. 12 Yıllık tecrübe ile yanınızdayız."*,

07.09.2023 tarihli görünümünde, *"Siz de Ali Bey gibi değişime hazır mısınız? O zaman sizleri Vip Gold Güzellik Merkezine bir çay içmeye bekliyoruz. Geç Kalmayın. Genç Kalın."*

gibi tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve kuruluşun *"Güzellik Merkezi"* ismiyle tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şikayet edilen şahsa ait kuruluş bir sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmadığı halde, inceleme konusu tanıtımların 20.12.2023 tarihli görünümünde, *"İstenmeyen tüylere 2023 son kampanyasını kaçırmayın! #sacekimi", "Gold Güzellik Salonu... Lazer Epilasyon & Saç Ekim Merkezi..."*, 26.12.2023 ve 13.09.2023 tarihli görünümünde, *"Saç Ekim Deneyiminizi En Özel Şekilde Yaşayın! Saç Ekimi, Sakal, Bıyık, Kaş Ekimi, Ağrısız İşlem, Maksimum Graft, PRP, Mezoterapi tedavisi"* gibi tıbbi işlemlerin isimleri sayılarak, bu işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

04.09.2023 tarihli görünümünde, *"Saç Ekim ve Simülasyon Merkezi. Uzman Kadrosuyla Hizmetinizde.", "Saç Ekim, Simülasyon ve Epilasyonda Lideriz. 12 Yıllık tecrübe ile yanınızdayız."*,

07.09.2023 tarihli görünümünde, *"Siz de Ali Bey gibi değişime hazır mısınız? O zaman sizleri Vip Gold Güzellik Merkezine bir çay içmeye bekliyoruz. Geç Kalmayın. Genç Kalın."* gibi tabipler tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı ve kuruluşun *"Güzellik Merkezi"* ismiyle tanıtıldığı,

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 ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan *"Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır."* hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in Ek-1 Kısım "J-(Ek: 29.06.2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Güven KARTAL (Vip Gold 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.

116)

**Dosya No: 2024/4167**

**Şikayet Edilen: Şebnem TACİGUT**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.sebnemtacigut.com/> adresli internet sitesinde ve Instagram isimli sosyal medya mecrasında "sebnemtacigut" isimli hesap ile Youtube isimli mecrada "Şebnem Tacigut" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.06.2024, 26.06.2024, 27.06.2024 ve 05.11.2024

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu <https://www.sebnemtacigut.com/> adresli internet sitesinin 26.06.2024 ve 05.11.2024 tarihli görünümünde, "Kuantum Drama Uygulayıcılık Eğitimi", "Hakkımda" başlıkları altında, "Tacigut, 2007 yılında "Kuantum Düşünce Eğitmeni" unvanını almaya hak kazandı. (...) 2019 yılı itibari ile Şebnem Tacigut Yaşam Akademisi'ni açarak eğitimlerini ve seanslarını bu çatı altında sürdürmeye başlamıştır. (...) "Bireysel Kuantum seansları uygulamakta, Kuantum Drama Uygulayıcılık Level 1-2-3 seviyelerinde hocalık eğitimi vermektedir. (...) 2014 yılından beri yetkinlikle verdiği eğitimler ve seminerler ışığında kişiler yetiştiriyor. Her yaş grubuna hitap eden çalışmaları bulunan Tacigut, çocuklara ve gençlere yönelik dikkat eksikliği, hedef kitleme, üniversiteye hazırlık vb. alanlarda da eğitimler veriyor. Seans içeriği olarak her konuda çalışmaktadır. (...) +45.000 Mezun, 20 Eğitim, 9 Kamp, 25 Program (...)" gibi ifadeler kullanılarak birtakım eğitim faaliyetlerinin sunulduğu konusunda tüketicilere bilgiler verildiği,

Instagram hesabının 25.06.2024, 27.06.2024 ve 05.11.2024 tarihli görünümünde, ilgili şahsın "Kuantum Eğitmeni, MYK Onaylı Eğitim Uzmanı, 2018 En İyi Kuantum Eğitmen Ödülü, Reiki Master Teacher" gibi unvanlarla tanıtıldığı,

Youtube mecrasında yayımlanan tanıtımların 26.06.2024 ve 27.06.2024 tarihli görünümünde, "Selam selam. Ben Şebnem Tacigut. Bilinçaltı Uzmanı, Kuantum Eğitmeni, Kozmik Uzman, Reiki Master Teacher, Spritüel Yaşam Koçu ve Yazarım. (...)" ifadelerine, 05.11.2024 tarihli görünümünde ise "Merhaba ben Şebnem TACİGUT Yaşam koçu ve yazarım. Kişisel gelişim ve

*insanların ihtiyaç duyabileceği, insan yaşamında fark yaratabilecek videoları çekerek bir sürü kardeşime ulaşmak istiyorum. Bu eğitimlerin amacı, bilinçaltındaki engellerin farkındalığını artırarak bakış açınızı değiştirmek. Kendinize adım atmaya niyetliyseniz, sizleri bekliyorum."* ifadelerine ve "Kuantum Drama Eğitimi" başlığı altında çeşitli eğitimlere yönelik bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu <https://www.sebnemtacigut.com/> adresli internet sitesinin 26.06.2024 ve 05.11.2024 tarihli görünümünde, "Kuantum Drama Uygulayıcılık Eğitimi", "Hakkımda" başlıkları altında, *"Tacigut, 2007 yılında "Kuantum Düşünce Eğitmeni" unvanını almaya hak kazandı. (...) 2019 yılı itibari ile Şebnem Tacigut Yaşam Akademisi'ni açarak eğitimlerini ve seanslarını bu çatı altında sürdürmeye başlamıştır. (...) "Bireysel Kuantum seansları uygulamakta, Kuantum Drama Uygulayıcılık Level 1-2-3 seviyelerinde hocalık eğitimi vermektedir. (...) 2014 yılından beri yetkinlikle verdiği eğitimler ve seminerler ışığında kişiler yetiştiriyor. Her yaş grubuna hitap eden çalışmaları bulunan Tacigut, çocuklara ve gençlere yönelik dikkat eksikliği, hedef kitleme, üniversiteye hazırlık vb. alanlarda da eğitimler veriyor. Seans içeriği olarak her konuda çalışmaktadır. (...) +45.000 Mezun, 20 Eğitim, 9 Kamp, 25 Program (...)"* gibi ifadeler kullanılarak birtakım eğitim faaliyetlerinin sunulduğu konusunda tüketicilere bilgiler verildiği,

Instagram hesabının 25.06.2024, 27.06.2024 ve 05.11.2024 tarihli görünümünde, anılan şahsın *"Kuantum Eğitmeni, MYK Onaylı Eğitim Uzmanı, 2018 En İyi Kuantum Eğitmen Ödülü, Reiki Master Teacher"* gibi unvanlarla tanıtıldığı,

Youtube mecrasında yayımlanan tanıtımların 26.06.2024 ve 27.06.2024 tarihli görünümünde, *"Selam selam. Ben Şebnem Tacigut. Bilinçaltı Uzmanı, Kuantum Eğitmeni, Kozmik Uzman, Reiki Master Teacher, Spritüel Yaşam Koçu ve Yazarım. (...)"* ifadelerine, 05.11.2024 tarihli görünümünde ise *"Merhaba ben Şebnem TACİGUT Yaşam koçu ve yazarım. Kişisel gelişim ve insanların ihtiyaç duyabileceği, insan yaşamında fark yaratabilecek videoları çekerek bir sürü kardeşime ulaşmak istiyorum. Bu eğitimlerin amacı, bilinçaltındaki engellerin farkındalığını artırarak bakış açınızı değiştirmek. Kendinize adım atmaya niyetliyseniz, sizleri bekliyorum."* ifadelerine ve "Kuantum Drama Eğitimi" başlığı altında çeşitli eğitimlere yönelik bilgilere yer verildiği,

Söz konusu tanıtımlar vasıtasıyla, ilgili şahsın yapmış olduğu bazı faaliyetlerin, öğrenme ve öğretme süreçlerini içerdiği kanaatine varılarak inceleme konusu tanıtımlarda bahsedilen eğitimlere yönelik faaliyetlerin izinsiz eğitim ve öğretim faaliyeti kapsamında değerlendirildiği, dolayısıyla sözü edilen tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1739 sayılı Millî Eğitim Temel Kanunu'nun 17, 56 ve 57 nci maddeleri,

- 5580 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu'nun 3 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şebnem TACİGUT** hakkında, reklamların 7529 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un yayım tarihi olan 30.10.2024 tarihinden sonra da yayında olduğunun tespit edildiği de dikkate alınmak suretiyle 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **600.000-TL (Altıyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

117)

**Dosya No: 2024/5633**

**Şikayet Edilen: Emrah ÜNSAL (Rönesans VİP Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.03.2024

**Reklamın Yayınılandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımların 08.03.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "*HİFU Yüz Germe, Dudak Dolgusu, Lipfiller*" gibi doktorlar tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanması yasak olan tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, bu işlemlerle ilgili olarak "*Cazibeni Artır. (...) Sanat gibi ince detaylar. Uzman ellerden çıkan sanat eseri gibi dudaklar seni bekliyor. Doğal görünümüyle dikkat çeken dudak dolgusu ile bakışları üzerine çek!*", "*Elden Taksit İmkani, Garantili İşlem, Sınırlı Sayıda Kontenjan*" gibi talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda, kuruluşun isminin "Rönesans VİP" olarak belirtilerek ruhsatta belirtilen "güzellik salonu" isminin kullanılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşun bir güzellik salonu olarak ruhsatlandırıldığı ve sağlık kuruluşu olarak faaliyet göstermeye yetkili bulunmadığı halde, inceleme konusu tanıtımların 08.03.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "*HİFU Yüz Germe, Dudak Dolgusu, Lipfiller*" gibi doktorlar tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanması yasak olan tıbbi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, bu işlemlerle ilgili olarak "*Cazibeni Artır. (...) Sanat gibi ince detaylar. Uzman ellerden çıkan sanat eseri gibi dudaklar seni bekliyor. Doğal görünümüyle dikkat çeken dudak dolgusu ile bakışları üzerine*

*çek!*", "Elden Taksit İmkani, Garantili İşlem, Sınırlı Sayıda Kontenjan" gibi talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda, sözü edilen kuruluşun isminin "Rönesans VİP" olarak belirtilerek ruhsatta belirtilen "güzellik salonu" isminin kullanılmadığı, dolayısıyla bu yönüyle tüketicilerin söz konusu kuruluşun türü ve faaliyet alanıyla ilgili eksik ve yanlış bilgilendirildiği, tüm bu tanıtımların yetkisiz sağlık hizmeti sunumuna yönelik, kamu sağlığını bozucu, tüketicileri aldatıcı ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu,

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 belediyelere ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan; "Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır." hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

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

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in Ek-1 Kısım "J-(Ek: 29.06.2010 – 2010/671 K.) Güzellik Salonları" başlıklı bölümünün 16 ncı maddesi,



- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Emrah ÜNSAL (Rönesans VIP 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.

118)

**Dosya No: 2024/5959**

**Şikayet Edilen: Bağlar Elit Ağız ve Diş Sağlığı Limited Şirketi (Özel Bağlar Elit Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.elitdisankara.com.tr adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.05.2024

**Reklamın Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu tanıtımlarda, *"Mutlu Müşterilerimizle Daha Da Güçlüyüz... Müşterilerimizin Gözünden... İmplant tedavisi için Bağlar Diş Polikliniğini tercih ettim. Şu anda çok sağlıklı ve mutluyum. İyi ki varsınız Elit ekibi... Ahmet Dere-Müşteri", "Sertifikalarımız (...)", "Beyazlatma Alanında Uzmanız. Dişlerinize inanamayacaksınız. Gelin ve hayatınızı değiştirecek süreçte size rehberlik edebilecek uzman ekibimizle tanışın, hayatınıza estetik bir gülüş katacağımıza emin olabilirsiniz. Ayrıca bazı hastalarımızın fotoğrafları ve hayat hikayeleriyle size yön göstereceğiz. Bütünleyici Tıp... (...) Siz de tam estetik bir görünüme kavuşmak için hemen randevu alın..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımların 02.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Mutlu Müşterilerimizle Daha Da Güçlüyüz... Müşterilerimizin Gözünden... İmplant tedavisi için Bağlar Diş Polikliniğini tercih ettim. Şu anda çok sağlıklı ve mutluyum. İyi ki varsınız Elit ekibi... Ahmet Dere-Müşteri", "Sertifikalarımız (...)", "Beyazlatma Alanında Uzmanız. Dişlerinize inanamayacaksınız. Gelin ve hayatınızı değiştirecek süreçte size rehberlik edebilecek uzman ekibimizle tanışın, hayatınıza estetik bir gülüş katacağımıza emin olabilirsiniz. Ayrıca bazı hastalarımızın fotoğrafları ve hayat hikayeleriyle size yön göstereceğiz. Bütünleyici Tıp... (...) Siz de tam estetik bir görünüme kavuşmak için hemen randevu alın..."* ifadelerine yer verildiği, tüm bu durumların sağlık alanında çalışan söz konusu kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı

ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu kanaatine varılmış olup,

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in; 05.03.2024 tarihli ve 32480 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" ile değiştirilen 24 üncü 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, 5/1-ı ve 5/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 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 **Bağlar Elit Ağız ve Diş Sağlığı Limited Şirketi (Özel Bağlar Elit Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

119)

**Dosya No: 2023/8488**

**Şikayet Edilen: Hatice BİLGİN (Fizyonovi Clinic)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.fizyonoviclinic.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'fizyonoviclinic' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.09.2023 ve 26.10.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.fizyonoviclinic.com adresli internet sitesinin 11.09.2023 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, "...Fibromiyalji Tedavisi: fibromiyalji tedavisi fibromiyalji sendromu yayın kas ağrıları ve halsizlik ile kendini gösteren bir kronik ağrı sendromudur...omuz-diz-dirsek ağrısı: omuz-diz-dirsek ağrısı tedavisinde amaç ağrıyı geçirmek ve dirsek

*fonksiyonlarını ve eklem hareket ...ortopedik rehabilitasyon: ortopedik rehabilitasyon rahatsızlıkların tedavisi söz konusu olduğunda ameliyattan önce ve sonra... kuru iğneleme/akupunktur: kuru iğneleme/akupunktur kuru iğne tedavisi yönteminde kullanılan iğneler çeşitli uzunluklarda... kronik kas ağrıları: kronik kas ağrıları günlük hayatta hemen hemen herkesin yakındığı kas ağrıları yorgunluk ve sakatlıkları yanı sıra...manuel terapi ve kayroprakti: manuel terapi ve kayroprakti tedavi kökeni çok eskilere kadar giden insanlığın ilk tedavi yöntemlerinden biridir... manuel terapi ve kayroprakti alternatif tıp değildir masa değildir kifoz, skolyoz gibi omurga ile ilgili sorunlarda omuz, el bileği sorunlarında, ayak bileği sorunlarında, dirsek sorunlarında, dizin enflamatuvar olmayan fonksiyonel bozukluklarında, fibromiyalji ve kalçanın fonksiyonel bozukluklarında başarıyla uygulanır. Bel ve boyun fitiklerinde %90 'nm üzerinde başarılı sonuç verir bel fitiklerinde ve boyun fitiklerinde nadir olgular dışında ameliyat kesinlikle kişilerin kaderi değildir bel ve boyun fitikleri ameliyatsız olarak tedavi edilmektedir. Manuel terapi kesinlikle risk oluşturmayan deneyimli ellerde son derece güvenli ve etkili bir tedavi şeklidir. Sırt ve boyun ağrılarının tedavisinde bütün dünyada hekimler tarafından yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir hastalığın şiddetine ve oluştuğu sürece göre seans sayısı değişmektedir. Hafif olgularda bu sayı bir ile üç seans arasında değişirken orta şiddetli olgularda ise beş ile sekiz seans olabilmektedir. Manuel tedavide hasta ve hekim uyum içindedir. Bu nedenle uygulanan teknikler hastadan hastaya değişebildiği gibi aynı tedavi protokolünde güç ya da hareket açısı ya da tekrarı farklı olabilmektedir. Manuel terapi yalnız hastalık durumlarında yapılmaz yurtdışında sağlıklı kişiler de herhangi bir yakınmaları olmaksızın özellikle omurga bölgesine manipülasyon tekniklerini düzenli olarak uygulamakta böylelikle daha uzun süre vücut fonksiyonlarını ve hareket yeteneklerini korumaktadırlar..." gibi ifadelerle yer verildiği,*

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "fizyonoviclinic" kullanıcı isimli sayfanın 11.09.2023 ve 26.10.2023 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...akupunktur nedir hangi hastalıklara iyi gelir akupunktur ile kronik ağrılara son. Akupunktur ve kuru iğne tedavisi ile ağrılarınızdan kurtulabilir geçici çözümlerle oyalanmak yerine kalıcı ve kesin sonuca ulaşıp ağrısız bir hayata kavuşabilirsiniz akupunkturun iyileştirici etkileri; tedavi ile beyin hücresi ağrıya duyarlı bölge dengesinin kurulması, vücut kendi ürettiği endorfin maddesinin artması, ağrı sırasında düşen serotonin maddenin düzelmesi, ağrıya yol açan ve vücutta sentezlenen bazı ağrı yapıcı maddelerin tedavi ile azaltılması sinir ve kaslarda oluşan tahrişin kısa zaman içinde iyileşmesi, tıkalı meridyen kanalın açılması...kupa terapisi ve hacamat nedir? Vücuttaki kirli kanın belirli yerlere kupa yardımı ile toplanıp, ufak kesiler ile çekilmesi işlemidir ve ıslak kupa tedavisi olarak da adlandırılır. Özellikle vücudumuzda kanın içinde bulunan zararlı atıklar yani toksinler, enerjimizi, bağışıklık sistemimizi ve sağlığımızı olumsuz yönde etkilemekte dolayısıyla da hastalıklara davetiye çıkarmaktadır. Hacamat yöntemi ile bu toksinlerin ve ölü kan hücrelerinin kandan atılması hücrelerin yenilenmesini sağladığı gibi hasta olmadan önce uygulandığında birçok hastalıktan korunma özelliği bilimsel olarak kanıtlanmıştır ...Murat Bey bize boyun fıtığı ağrıları ve kol uyuşmaları şikayeti ile başvurdu kendisini değerlendirdikten sonra uygulanan tedavilerimiz ile 2. Seans sonunda ağrılarının ve kol uyuşmalarının ciddi oranda azaldığını gördük mutlu ve ağrısız hastalar...Manuel terapi bel-boyun fitikleri omuzdiz-kalça ağrılarında ameliyatsız çözüm ağrısız yaşam mümkün. Manuel terapi ile ağrılarınıza

SON Kliniğimizde uygulanan birçok tedavilerimiz ile Ameliyatsız bir şekilde ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz Günlük yaşam kalitenizi azaltan ağrılarınızı ve sağlığını ertelemeyiniz bizimle iletişime geçerek ağrılarınıza çözüm bulabilirsiniz... Manuel terapi seansları ile kronik geçmeyen ağrılarınızdan kurtulmak mümkündür. Fibromiyalji rahatsızlığı Bütüncül yaklaşılması gereken bir hastalıktır. Fiziksel, psikolojik ve sosyal açılardan değerlendirip uyguladığımız terapiler ile çok kısa bir sürede ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz. Fibromiyalji; mutsuzluk, depresyon, tiroid sorunları, gaz, şişkinlik, kabızlık, sık idrar kaçırma, huzursuz bacak sendromu, unutkanlık, dikkat eksikliği, uyku bozukluğu, çene ve yüz kaslarında gerginlik, sürekli yorgunluk, halsizlik, kronik kas ağrıları, ağrısız yaşam manuel terapi ile mümkün... diz ağrısı tedavisinde modern fizik tedavi ameliyatsız diz sıvı kaybı tedavisi. Diz ağrısı, her yaşta insanın etkilenebileceği ve yaygın görülen bir şikayettir. Birçok sebebe bağlı olarak gelişen diz ağrıları tedavi edilebilir bir durumdur. Kliniğimiz de uygulanan birçok tedavi yöntemimiz ile ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz. Sizin de geçmeyen diz ağrılarınız var ise bizimle iletişime geçebilirsiniz ...özel vakumlu kupalar ile kan alama yöntemi olan hacamat damardan kan aldırma yönteminden tamamen farklı bir uygulamadır hacamat uygulanan bölgede mikrosirkülasyon artarak kan ve dokulardan toksinlerin atılmasını sağlar akupunktur noktaları uyarılır homeostazis sağlanır serbest sinir uçları uyarılarak VSS regülasyonu sağlanır bu şekilde beden fonksiyonlarının yeniden normale dönmesi sağlanır hacamat ile kapiller alandaki kan lenf a ve hücreler arasındaki sıvı vücut dışına çıkarılırken dokudaki toksinlerin bir kısmı dışarıya atılır. Vücuttaki kirli kanın belirli yerlere kupa yardımı ile toplanıp ufak kesiler ile çekilmesi işlemidir ve ıslak kupa tedavisi olarak adlandırılır özellikle vücudumuzda kanın içinde bulunan zararlı atıklar yani toksinler enerjimizi bağışıklık sistemimizi ve sağlığımızı olumsuz yönde etkilemekte dolayısıyla da hastalıklara davetiye çıkarmaktadır. Hacamat yöntemi ile bu toksinlerin ve ölü kan hücrelerinin kandan atılması hücrelerin yenilenmesini sağladığı gibi hasta olmadan önce uygulandığında birçok hastalıktan koruma özelliği bilimsel olarak kanıtlanmıştır ...akupunktur ve kuru iğne tedavisi ile ağrılarınızdan kurtulabilir geçici çözümlerle oyalanmak yerine kalıcı ve kesin sonuca ulaşarak ağrısız bir hayata kavuşabilirsiniz akupunkturun iyileştirici etkileri...kaç uygulama(seans) yeterli olur? Akupunktur seans sayısı her hastanın şikayetine göre değişebilmekle birlikte genellikle en az 2 seans yapılmalı hastanın cevabına bakılıp devam edilmelidir kronik durumlarda 6-8 seans ya da 10 seansa çıkılabilir ne zaman sonuç alabilirim iyileşme oranları nasıl şimdiye kadar yapılan uygulamalar ve iyileşme yüzdelerine göre hastaların %85 'inde büyük oranda iyileşme kalanında da orta dereceli iyileşme izlenmektedir ...boyun düzleşmesi nedir? Tedavisi ve çözümleri normal boyun kavisi düzleşmiş boyun kavisi BOYUN DÜZLEŞMESİ İnsanlarda boyun bölgesinde toplam 7 tane omur vardır ve bu omurların C şeklinde kıvrımla durması gerekmektedir. Bu duruş şekli başın dengede durmasını sağlar, başın herhangi bir travma durumunda ani şekilde yanıt verebilmesini sağlar. Bu kıvrımın 20 dereceden az olacak kadar düzleşmesi durumunda boyun düzleşmesi denilen hastalık ortaya çıkmaktadır ...Boyun rahatsızlıklarınız birçok şikâyet oluşturabilir. Baş-boyun ağrısı Boyunda tutukluluk hissi Kollara yayılan ağrı ve uyuşma Ellerde zayıflık Baş dönmesi Bulanık görme Sizde de bu tarz şikayetler oluşuyorsa bizimle iletişime geçebilirsiniz boyun kireçlenmesi belirtileri: baş ağrısı, boyun ağrısı, boyunda tutukluk, kola yayılan ağrı, kolad güçsüzlük hissizlik batma, ellerde zayıflık beceri azalması, baş dönmesi, bulanık görme ağrısız yaşam..." gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; [www.fizyonoviclinic.com](http://www.fizyonoviclinic.com) adresli internet sitesinin 11.09.2023 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, "...*Fibromiyalji Tedavisi: fibromiyalji tedavisi fibromiyalji sendromu yayın kas ağrıları ve halsizlik ile kendini gösteren bir kronik ağrı sendromudur...omuz-diz-dirsek ağrısı: omuz-diz-dirsek ağrısı tedavisinde amaç ağrıyı geçirmek ve dirsek fonksiyonlarını ve eklem hareket ...ortopedik rehabilitasyon: ortopedik rehabilitasyon rahatsızlıkların tedavisi söz konusu olduğunda ameliyattan önce ve sonra... kuru iğneleme/akupunktur: kuru iğneleme/akupunktur kuru iğne tedavisi yönteminde kullanılan iğneler çeşitli uzunluklarda... kronik kas ağrıları: kronik kas ağrıları günlük hayatta hemen hemen herkesin yakındığı kas ağrıları yorgunluk ve sakatlıkları yanı sıra...manuel terapi ve kayroprakti: manuel terapi ve kayroprakti tedavi kökeni çok eskilere kadar giden insanlığın ilk tedavi yöntemlerinden biridir... manuel terapi ve kayroprakti alternatif tıp değildir masa değildir kifoz, skolyoz gibi omurga ile ilgili sorunlarda omuz, el bileği sorunlarında, ayak bileği sorunlarında, dirsek sorunlarında, dizin enflamatuvar olmayan fonksiyonel bozukluklarında, fibromiyalji ide ve kalçanın fonksiyonel bozukluklarında başarıyla uygulanır. Bel ve boyun fitiklerinde %90 'nm üzerinde başarılı sonuç verir bel fitiklerinde ve boyun fitiklerinde nadir olgular dışında ameliyat kesinlikle kişilerin kaderi değildir bel ve boyun fitikleri ameliyatsız olarak tedavi edilmektedir. Manuel terapi kesinlikle risk oluşturmayan deneyimli ellerde son derece güvenli ve etkili bir tedavi şeklidir. Sırt ve boyun ağrılarının tedavisinde bütün dünyada hekimler tarafından yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir hastalığın şiddetine ve oluştuğu sürece göre seans sayısı değişmektedir. H afif olgularda bu sayı bir ile üç seans arasında değişirken orta şiddetli olgularda ise beş ile sekiz seans olabilmektedir. Manuel tedavide hasta ve hekim uyum içindedir. Bu nedenle uygulanan teknikler hastadan hastaya değişebildiği gibi aynı tedavi protokolünde güç ya da hareket açısı ya da tekrarı farklı olabilmektedir. Manuel terapi yalnız hastalık durumlarında yapılmaz yurtdışında sağlıklı kişiler de herhangi bir yakınmaları olmaksızın özellikle omurga bölgesine manipülasyon tekniklerini düzenli olarak uygulatmakta böylelikle daha uzun süre vücut fonksiyonlarını ve hareket yeteneklerini korumaktadırlar..." gibi ifadelerle yer verildiği,*

[www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "fizyonoviclinic" kullanıcı isimli sayfanın 11.09.2023 ve 26.10.2023 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "...*akupunktur nedir hangi hastalıklara iyi gelir akupunktur ile kronik ağrılara son. Akupunktur ve kuru iğne tedavisi ile ağrılarınızdan kurtulabilir geçici çözümlerle oyalanmak yerine kalıcı ve kesin sonuca ulaşıp ağrısız bir hayata kavuşabilirsiniz akupunkturun iyileştirici etkileri; tedavi ile beyin hücreleri ağrıya duyarlı bölge dengesinin kurulması, vücut kendi ürettiği endorfin maddesinin artması, ağrı sırasında düşen serotonin maddenin düzelmesi, ağrıya yol açan ve vücutta sentezlenen bazı ağrı yapıcı maddelerin tedavi ile azaltılması sinir ve kaslarda oluşan tahrişin kısa zaman içinde iyileşmesi, tıkalı meridyen kanalın açılması...kupa terapisi ve hacamat nedir? Vücuttaki kirli kanın belirli yerlere kupa yardımı ile toplanıp, ufak kesiler ile çekilmesi işlemidir ve ıslak kupa tedavisi olarak da adlandırılır. Özellikle vücudumuzda kanın içinde bulunan zararlı atıklar yani toksinler, enerjimizi, bağışıklık sistemimizi ve sağlığımızı olumsuz yönde etkilemekte dolayısıyla da hastalıklara davetiye çıkarmaktadır. Hacamat yöntemi ile bu toksinlerin ve ölü kan hücrelerinin kandan atılması hücrelerin yenilenmesini sağladığı gibi hasta olmadan önce uygulandığında birçok hastalıktan korunma özelliği bilimsel olarak kanıtlanmıştır ...Murat Bey*

bize boyun fitiği ağrılar ve kol uyuşmaları şikayeti ile başvurdu kendisini değerlendirdikten sonra uygulanan tedavilerimiz ile 2. Seans sonunda ağrılarının ve kol uyuşmalarının ciddi oranda azaldığını gördük mutlu ve ağrısız hastalar...Manuel terapi bel-boyun fitikları omuzdiz-kalça ağrılarında ameliyatsız çözüm ağrısız yaşam mümkün. Manuel terapi ile ağrılarınıza SON Kliniğimizde uygulanan birçok tedavilerimiz ile Ameliyatsız bir şekilde ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz Günlük yaşam kalitenizi azaltan ağrılarınızı ve sağlığınızı ertelemeyiniz bizimle iletişime geçerek ağrılarınıza çözüm bulabilir siniz... Manuel terapi seansları ile kronik geçmeyen ağrılarınızdan kurtulmak mümkündür. Fibromiyalji rahatsızlığı Bütüncül yaklaşıması gereken bir hastalıktır. Fiziksel, psikolojik ve sosyal açılardan değerlendirip uyguladığımız terapiler ile çok kısa bir sürede ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz. Fibromiyalji; mutsuzluk, depresyon, tiroid sorunları, gaz, şişkinlik, kabızlık, sık idrar kaçırma, huzursuz bacak sendromu, unutkanlık, dikkat eksikliği, uyku bozukluğu, çene ve yüz kaslarında gerginlik, sürekli yorgunluk, halsizlik, kronik kas ağruları, ağrısız yaşam manuel terapi ile mümkün... diz ağrısı tedavisinde modern fizik tedavi ameliyatsız diz sıvı kaybı tedavisi. Diz ağrısı, her yaştan insanın etkilenebileceği ve yaygın görülen bir şikayettir. Birçok sebebe bağlı olarak gelişen diz ağruları tedavi edilebilir bir durumdur. Kliniğimiz de uygulanan birçok tedavi yöntemimiz ile ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz. Sizin de geçmeyen diz ağrılarınız var ise bizimle iletişime geçebilirsiniz ...özel vakumlu kupalar ile kan alama yöntemi olan hacamat damardan kan aldırma yönteminden tamamen farklı bir uygulamadır hacamat uygulanan bölgede mikrosirkülasyon artarak kan ve dokulardan toksinlerin atılmasını sağlar akupunktur noktaları uyarılır hemeostazis sağlanır serbest sinir uçları uyarılarak VSS regülasyonu sağlanır bu şekilde beden fonksiyonlarının yeniden normale dönmesi sağlanır hacamat ile kapiller alandaki kan lenf a ve hücreler arasındaki sıvı vücut dışına çıkarılırken dokudaki toksinlerin bir kısmı dışarıya atılır. Vücuttaki kirli kanın belirli yerlere kupa yardımı ile toplanıp ufak kesiler ile çekilmesi işlemidir ve ıslak kupa tedavisi olarak adlandırılır özellikle vücudumuzda kanın içinde bulunan zararlı atıklar yani toksinler enerjimizi bağışıklık sistemimizi ve sağlığımızı olumsuz yönde etkilemekte dolayısıyla da hastalıklara davetiye çıkarmaktadır. Hacamat yöntemi ile bu toksinlerin ve ölü kan hücrelerinin kandan atılması hücrelerin yenilenmesini sağladığı gibi hasta olmadan önce uygulandığında birçok hastalıktan koruma özelliği bilimsel olarak kanıtlanmıştır ...akupunktur ve kuru iğne tedavisi ile ağrılarınızdan kurtulabilir geçici çözümlerle oyalanmak yerine kalıcı ve kesin sonuca ulaşıp ağrısız bir hayata kavuşabilirsiniz akupunkturun iyileştirici etkileri...kaç uygulama(seans) yeterli olur? Akupunktur seans sayısı her hastanın şikayetine göre değişebilmekle birlikte genellikle en az 2 seans yapılmalı hastanın cevabına bakılıp devam edilmelidir kronik durumlarda 6-8 seans ya da 10 seansa çıkılabilir ne zaman sonuç alabilirim iyileşme oranları nasıl şimdiye kadar yapılan uygulamalar ve iyileşme yüzdelerine göre hastaların %85 'inde büyük oranda iyileşme kalanında da orta dereceli iyileşme izlenmektedir ...boyun düzleşmesi nedir? Tedavisi ve çözümleri normal boyun kavisi düzleşmiş boyun kavisi **BOYUN DÜZLEŞMESİ** İnsanlarda boyun bölgesinde toplam 7 tane omur vardır ve bu omurların C şeklinde kıvrımla durması gerekmektedir. Bu duruş şekli başın dengede durmasını sağlar, başın herhangi bir travma durumunda ani şekilde yanıt verebilmesini sağlar. Bu kıvrımın 20 dereceden az olacak kadar düzleşmesi durumunda boyun düzleşmesi denilen hastalık ortaya çıkmaktadır ...Boyun rahatsızlıklarınız birçok şikâyet oluşturabilir. Baş-boyun ağrısı Boyunda tutukluluk hissi Kollara yayılan ağrı ve uyuşma Ellerde zayıflık Baş dönmesi Bulanık görme Sizde de bu tarz şikayetler oluşuyorsa bizimle

*iletişime geçebilirsiniz boyun kireçlenmesi belirtileri: baş ağrısı, boyun ağrısı, boyunda tutukluk, kola yayılan ağrı, kolad güçsüzlük hissizlik batma, ellerde zayıflık beceri azalması, baş dönmesi, bulanık görme ağrısız yaşam..." gibi ifadelere yer verildiği,*

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşta "Akupunktur, Kayropratik, Kupa Uygulaması" hizmetlerinin sunulduğuna yönelik tanıtımlarda bulunulduğu, ancak adı geçen işlemlerin uygulanması ve bunlarla ilgili bilgilendirmelerin yalnızca Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip tabip ve tabip gözetiminde sertifikalı sağlık meslek mensuplarınca Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde yapılabileceği,

Bununla birlikte, "Fibramiyalji, Bel ve Boyun Fıtığı" gibi hastalık ve tedavi durumlarına ilişkin sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, ilgili mevzuat gereği sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda, "*...Manuel terapi ile ağrılarınıza SON Kliniğimizde uygulanan birçok tedavilerimiz... Kliniğimiz de uygulanan birçok tedavi yöntemimiz ile...*" ifadelerine yer verilerek kuruluşun bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu, dolayısıyla bu yönüyle de inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla tüketicilerin kuruluşun türü ve faaliyet alanıyla ilgili yanlış bilgilendirildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu internet sitesi ile sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar aracılığıyla doğrudan kuruluşun yetki alanında bulunmayan hastalık durumlarına ilişkin bilgi verildiği ve bu konularda tedavi yapıldığı izleniminin oluşturulduğu, ancak hasta tedavisi ve hastalık durumlarına ilişkin bilgilendirmelerin yalnızca ilgili tabip tarafından yapılabileceği dikkate alındığında yetkisinin bulunmadığı alanlarda tanıtımlarda bulunulmasının ayrıca kuruluşun türü ile ilgili olarak tüketicilerin yanıltılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği'nin 4, 9, 12 ve 17 nci maddeleri ile "Ünite ve Uygulama Merkezlerinde Yapılabilecek Uygulamalar Listesi" başlıklı Yönetmelik ekinin 4 üncü maddesi,

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

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde alışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c ve "Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları" başlıklı Ek-1 maddeleri

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

120)

**Dosya No: 2024/3662**

**şikayet Edilen: Hilal AYVA**

**şikayet Edilen Reklam:** www.dishekimihilalayva.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'eskisehirbatikentdishekimi' kullanıcı isimli sayfada yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.04.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "eskisehirbatikentdishekimi" kullanıcı isimli sayfanın 02.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, *"Diş beyazlatma, dişlerimizin öz rengindeki değişiklikleri sağlamak ve renk tonunu açmak için uyguladığımız bir işlemdir. Günümüzde kullanılan diş beyazlatma materyalleri, dişlere zarar vermez. izilmesine, kırılmasına, çürümesine sebep olmaz. Uygulama sonrası oluşacak olan hassasiyetler geçicidir. En az 2 seans sonrası etkileri belirginleşir. Diş rengi 2 ton açılır ve en az 2 yıl boyunca renk kalıcılığını korur... Bakım zamanı... Panoramik film cihazımızı yeniledik. Dünyanın en iyi markalarından ... artık bizim de kliniğimizde olacak... Süper lig hakemlerimiz Suat Arslanboğa ve İsmail şencan, tedavilerinde bizi tercih ettiler... Bir cumartesi daha implant yaparak geçti..."* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, ayrıca tıbbi cihaz görsellerine yer verildiği,

www.dishekimihilalayva.com adresli internet sitesinin 02.04.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak, *"Uzman diş tedavisi. Yıllardır hizmet veren, bilgi ve teknolojiye*



*sahip diş polikliniği... En yeni teknoloji. Tüm tedavi ve uygulamalarda en son teknolojiyi kullanan bir klinik... Hijyen ve memnuniyet. Hijyene önem veren hasta memnuniyetini kendine ilke edinen klinik..." gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "eskisehirbatikentdishekimi" kullanıcı isimli sayfanın 02.04.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, *"Diş beyazlatma, dişlerimizin öz rengindeki değişiklikleri sağlamak ve renk tonunu açmak için uyguladığımız bir işlemdir. Günümüzde kullanılan diş beyazlatma materyalleri, dişlere zarar vermez. izilmesine, kırılmasına, çürümesine sebep olmaz. Uygulama sonrası oluşacak olan hassasiyetler geçicidir. En az 2 seans sonrası etkileri belirginleşir. Diş rengi 2 ton açılır ve en az 2 yıl boyunca renk kalıcılığını korur... Bakım zamanı... Panoramik film cihazımızı yeniledik. Dünyanın en iyi markalarından ... artık bizim de kliniğimizde olacak... Süper liğ hakemlerimiz Suat Arslanboğa ve İsmail şencan, tedavilerinde bizi tercih ettiler... Bir cumartesi daha implant yaparak geçti..."* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, ayrıca tıbbi cihaz görsellerine yer verildiği,

www.dishekimihilalayva.com adresli internet sitesinin 02.04.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak, *"Uzman diş tedavisi. Yıllardır hizmet veren, bilgi ve teknolojiye sahip diş polikliniği... En yeni teknoloji. Tüm tedavi ve uygulamalarda en son teknolojiyi kullanan bir klinik... Hijyen ve memnuniyet. Hijyene önem veren hasta memnuniyetini kendine ilke edinen klinik..."* gibi ifadelere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde ve internet sitesinde yer alan ifade 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 40 ıncı maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 7/1-g ve 7/1-i maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde alışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan zel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 27/2-a ve 27/2-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 **Hilal AYVA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

121)

**Dosya No: 2024/2366**

**Şikayet Edilen: Ghizlane GENÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://ghizlanegenc.com/> adresli internet sitesi ile [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'eskisehirortodontist' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.02.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://ghizlanegenc.com/> adresli internet sitesinin 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, "Sirona Orthophos XG" markalı tıbbi cihaz, donanım ve araçlara ait görsellere yer verildiği,

Bununla birlikte, "*Ben ghizlane genç ve ekibiyle tanıştığımda çocuktum ve benim bütün problemlerimle en iyi şekilde yıllarca ilgilendiler şimdi ise çocuğumun bütün sorunlarıyla en iyi şekilde ilgileniyorlar...Zorlu ortodontik tedavi sürecini enerjisiyle, titizliğiyle yöneten mükemmel kadın pandemi sürecinde gittiğim ofisindeki hijyene, kendisinin ve çalışma arkadaşlarının samimiyetine hayran... Ne diyeceğimi bilemediğim için size ne yapmamanız gerektiğini söyleyeceğim. İlk olarak yıl boyunca hayatımda küçük bir lastiğin ne kadar önemli olduğunu anladım...*" gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

Ayrıca, [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "eskisehirortodontist" kullanıcı isimli sayfanın 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "*Bir gülümsemede küçük dokunuşlar büyük farklar yaratabilir...Ortognatik cerrahi sonrası hastamızın yüz değişimi...Kombine tedavileri çok severiz. Açık kapanış olan bu hastamız için ilk iskeletsel genişletme sağlamak için mini vida destekli MARPE ardında şeffaf plak tedavisi uyguladık. Açık kapanış tedavileri en çok relaps riski olan tedavilerdir onun için iskeletsel etki yaratmak şarttır tedavi sırasında ve bu vakada*

*içimiz rahat...*" gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; <https://ghizlanegenc.com/> adresli internet sitesinin 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda "Sirona Orthophos XG" markalı tıbbi cihaz, donanım ve araçlara ait görsellere yer verildiği,

Bununla birlikte, *"Ben ghizlane genç ve ekibiyle tanıştığımda çocuktum ve benim bütün problemlerimle en iyi şekilde yıllarca ilgilendiler şimdi ise çocuğumun bütün sorunlarıyla en iyi şekilde ilgileniyorlar...Zorlu ortodontik tedavi sürecini enerjisiyle, titizliğiyle yöneten mükemmel kadın pandemi sürecinde gittiğim ofisindeki hijyene, kendisinin ve çalışma arkadaşlarının samimiyetine hayran... Ne diyeceğimi bilemediğim için size ne yapmamanız gerektiğini söyleyeceğim. İlk olarak yıl boyunca hayatımda küçük bir lastiğin ne kadar önemli olduğunu anladım..."* gibi hasta yorumlarına yer verildiği,

Ayrıca, [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "eskisehirortodontist" kullanıcı isimli sayfanın 05.02.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, *"Bir gülümsemede küçük dokunuşlar büyük farklar yaratabilir...Ortognatik cerrahi sonrası hastamızın yüz değişimi...Kombine tedavileri çok severiz. Açık kapanış olan bu hastamız için ilk iskeletsel genişletme sağlamak için mini vida destekli MARPE ardında şeffaf plak tedavisi uyguladık. Açık kapanış tedavileri en çok relaps riski olan tedavilerdir onun için iskeletsel etki yaratmak şarttır tedavi sırasında ve bu vakada içimiz rahat..."* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere 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 Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı ve 7/1-i maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 27/2-a ve 27/2-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 **Ghizlane GENÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

122)

**Dosya No: 2024/3180**

**Şikayet Edilen: Havva Belda YURTSEVEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.drbeldayurtseventuner.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'dr\_belda\_yurtseven\_tuner' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 08.02.2024 ve 01.11.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.drbeldayurtseventuner.com adresli internet sitesinin 08.02.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımlar yapıldığı,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr\_belda\_yurtseven\_tuner" kullanıcı isimli sayfanın 08.02.2024 ve 01.11.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "*Botoks... Yorgun yüzler için nazolabial dolgu... BBL tek seans sonrası 2 seans daha yapacağız... G Cell kök hücre yapalım...*" gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görsellerine, ayrıca tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.drbeldayurtseventuner.com adresli internet sitesinin 08.02.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, tıbbi cihazlara ilişkin tanıtımlar yapıldığı,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "dr\_belda\_yurtseven\_tuner" kullanıcı isimli sayfanın 08.02.2024 ve 01.11.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "*Botoks... Yorgun yüzler için nazolabial dolgu... BBL tek seans sonrası 2 seans daha yapacağız... G Cell kök hücre yapalım...*" gibi ifadeler ile tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görsellerine, ayrıca tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere 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 olduğunun değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 7/1-g ve 7/1-i 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 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 **Havva Belda YURTSEVEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

123)

**Dosya No: 2024/3196**

**Şikayet Edilen: Veysel DURAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'doctor\_\_veys' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 02.11.2023 ve 03.11.2023

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "doctor\_\_veys" kullanıcı isimli sayfanın 02.11.2023 ve 03.11.2023 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "*Dr. Veysel DURAK Md of Aesthetic...Medikal-Surgery*"

*aesthetic health tourism...Bella eyes, Hollywood cheek, jawline, #jawlinefiller #nosejob #lipsfiller #dysport #bellaeyes #mint #hollywoodsmile #juvederm...Bruksizm-Diş gıcırdatma ve sıkma hastalığı. Tedavi: ana tedavisi botox kesinlikle. #bruksizm #masseterbotox #dişgıcırdatmasitedavisi...Yanlış dudak dolgusu uygulaması. Bütün nodüller temizlendi iyileştikten sonra dudak dolgusu yapılacak. Dolgu nodülleri. Yanlış uygulamaya maruz kalmış bir hasta. Dudak dolgusu uygulaması sonucu oluşan birden fazla nodül oluşması doğru olmayan uygulamalar sonucunda. Bu tür dolgu nodülleri tedavi edilmeden modüller varken dudak dolgusu yapılmaması gerekir. şayet tedavi edilmedikleri taktirde kistleşerek fibroz bantlarla dudağa sıkıca bağlanıp kolayca enjeksiyonla yapılabilecek bir tedavi iken cerrahi insizyonla açık yara takibi yapılan zor tedaviye dönüşür...Profesyonel danışmanlık ve mükemmel dudaklar için iletişime geçebilirsiniz...#dişsıkmbotoxu #botoxserum..." gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "doctor\_\_veys" kullanıcı isimli sayfanın 02.11.2023 ve 03.11.2023 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak, "*Dr. Veysel DURAK Md of Aesthetic...Medikal-Surgery aesthetic health tourism...Bella eyes, Hollywood cheek, jawline, #jawlinefiller #nosejob #lipsfiller #dysport #bellaeyes #mint #hollywoodsmile #juvederm...Bruksizm-Diş gıcırdatma ve sıkma hastalığı. Tedavi: ana tedavisi botox kesinlikle. #bruksizm #masseterbotox #dişgıcırdatmasitedavisi...Yanlış dudak dolgusu uygulaması. Bütün nodüller temizlendi iyileştikten sonra dudak dolgusu yapılacak. Dolgu nodülleri. Yanlış uygulamaya maruz kalmış bir hasta. Dudak dolgusu uygulaması sonucu oluşan birden fazla nodül oluşması doğru olmayan uygulamalar sonucunda. Bu tür dolgu nodülleri tedavi edilmeden modüller varken dudak dolgusu yapılmaması gerekir. şayet tedavi edilmedikleri taktirde kistleşerek fibroz bantlarla dudağa sıkıca bağlanıp kolayca enjeksiyonla yapılabilecek bir tedavi iken cerrahi insizyonla açık yara takibi yapılan zor tedaviye dönüşür...Profesyonel danışmanlık ve mükemmel dudaklar için iletişime geçebilirsiniz...#dişsıkmbotoxu #botoxserum..."* gibi ifadelere yer verildiği,

Bu bağlamda, şahsın 'Pratisyen Hekim' olarak hizmet sunduğu dikkate alındığında; Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi Uzmanı ile Deri ve Zührevi Hastalıklar Uzmanı ve Sağlık Bakanlığınca tescil edilmiş Medikal Estetik Uygulamaları Sertifikası bulunan hekimler tarafından yapılabilecek işlemlerden olan "Botoks, Dudak Dolgusu, Burun Dolgusu, Yanak Dolgusu" gibi uygulamalar hakkında şahıs tarafından bilgi verilmesinin ve bu işlemlerin şahıs tarafından da uygulandığı yönünde tanıtımlarda bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı olarak; tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu; bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin 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 alışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,

- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı, 5/2 ve 7 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 **Veysel DURAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **347.128-TL (yzkırkyedibinyzyirmisekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

124)

**Dosya No: 2024/3210**

**şikayet Edilen: Selman BAHAR**

**şikayet Edilen Reklam:** www.selmanbahar.com adresli internet sitesi, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'bahar.s.dental.klinik' kullanıcı isimli sayfa ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait 'Bahar's dental\_clinic' kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 20.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.selmanbahar.com adresli internet sitesinin 20.03.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak, "*Güzel bir gülüş özgüveninizi arttırabilir ve genel grnmnzi iyileştirebilir. %99 memnun hastalar...*" gibi ifadelere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "bahar.s.dental.klinik" kullanıcı isimli sayfanın 20.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, "#dishekimi, #implant, #dolgu, #kompozetdolgu, #porselenkaplama" gibi ifadelere ayrıca; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, bununla birlikte mekan ve tıbbi cihaz görüntülerine yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "Bahar's dental\_clinic" kullanıcı isimli sayfanın 20.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.selmanbahar.com adresli internet sitesinin 20.03.2024 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda örnek olarak, "*Güzel bir gülüş özgüveninizi arttırabilir ve genel görünümünüzü iyileştirebilir. %99 memnun hastalar...*" gibi ifadelerle yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "bahar.s.dental.klinik" kullanıcı isimli sayfanın 20.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, "#dishekimi, #implant, #dolgu, #kompozetdolgu, #porselenkaplama" gibi ifadelerle ayrıca; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, bununla birlikte mekan ve tıbbi cihaz görüntülerine yer verildiği,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "Bahar's dental\_clinic" kullanıcı isimli sayfanın 20.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde ve internet sitesinde yer alan ifade 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 olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 40 ıncı maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Hizmetlerinde Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik'in 5/1-a, 5/1-c, 5/1-d, 5/1-g, 5/1-ı ve 7/1-i maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in 27/2-a ve 27/2-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 **Selman BAHAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

125)

**Dosya No: 2024/3220**

**Şikayet Edilen: Ayşe KARAKAYA**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde, şahsa ait "draysekarakaya" kullanıcı isimli sayfanın 12.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "draysekarakaya" kullanıcı isimli sayfanın 12.03.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair 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 ve 7/1-i 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 **Ayşe KARAKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

126)

**Dosya No: 2024/6558**

**Şikayet Edilen: Tuğbay Optik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "tugbay\_optik1" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "tugbay\_optik1" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Emporio Armani Klasikleşmiş optik çerçeve tarzıyla mağazamızda yerini aldı...Mağaza günlükleri...Lacoste erkek optik Gözlük...Rayban optik çerçeve ve Kodak citylens gözlük Camı...Rayban markasının en rahat ve şık modeli ile günlük hayatınızda konforunuzdan ödün vermeden kullanabilirsiniz...*' gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "tugbay\_optik1" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Emporio Armani Klasikleşmiş optik çerçeve tarzıyla mağazamızda yerini aldı...Mağaza günlükleri...Lacoste erkek optik Gözlük...Rayban optik çerçeve ve Kodak citylens gözlük Camı...Rayban markasının en rahat ve şık modeli ile günlük hayatınızda konforunuzdan ödün vermeden kullanabilirsiniz...*' gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

127)

**Dosya No: 2024/4704**

**Şikayet Edilen: Nar Optik ve Lens**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "naroptiklens" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "naroptiklens" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Miyopi ilerlemesini taviz vermeden düzeltmenin ve kontrol etmenin bir yolunu mu arıyorsunuz? Çocuklarda miyop ilerlemesini yavaşlatmak için Essilor® Stellest® lenslerinden başka bir şey aramayın, reçeteleriyle keskin görüş getiren çözüm Essilor® Stellest® ile mümkün. Daha fazla bilgi almak için @naroptiklens 'e bekleriz...*' gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "naroptiklens" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Miyopi ilerlemesini taviz vermeden düzeltmenin ve kontrol etmenin bir yolunu mu arıyorsunuz? Çocuklarda miyop ilerlemesini yavaşlatmak için Essilor® Stellest® lenslerinden başka bir şey aramayın, reçeteleriyle keskin görüş getiren çözüm Essilor® Stellest® ile mümkün. Daha fazla bilgi almak için @naroptiklens 'e bekleriz...*' 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 inci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

128)

**Dosya No: 2024/4705**

**Şikayet Edilen: Optizen Optik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "optizen" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "optizen" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Klasik gözlük modellerinden sıkıldıysanız, altıgen şekliyle Lindberg tam size göre! Hemen Optizen Optik'e gel, en sıra dışı optik gözlük modellerini incele...Modo optik gözlükler ile her zaman şık, her zaman sade...*' gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "optizen" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Klasik gözlük modellerinden sıkıldıysanız, altıgen şekliyle Lindberg tam size göre! Hemen Optizen Optik'e gel, en sıra dışı optik gözlük modellerini incele...Modo optik gözlükler ile her zaman şık, her zaman sade...*' gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların

reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

129)

**Dosya No: 2024/4706**

**Şikayet Edilen: Uluçay Optik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "ulucayoptik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 21.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "ulucayoptik" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Yeni modellerimiz geliyor #optikgözkükmodelleri...Tüm güneş gözlüğü ve optik gözlük ihtiyaçlarınız için Uluçay Optik 'e bekliyoruz. Marka Güneş gözlükleri Göz sağlığını ve konforunu sağlayacak optik gözlükler Numaralı, renkli lensler ve lens solüsyonları Lacoste...*' gibi ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "ulucayoptik" kullanıcı isimli sayfanın 21.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Yeni modellerimiz geliyor #optikgözkükmodelleri...Tüm güneş gözlüğü ve optik gözlük ihtiyaçlarınız için Uluçay Optik 'e bekliyoruz. Marka Güneş gözlükleri Göz sağlığını ve konforunu sağlayacak optik gözlükler Numaralı, renkli lensler ve lens solüsyonları Lacoste...*' gibi ifadeler yer verildiği, ancak Tıbbi

Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

130)

**Dosya No: 2024/4536**

**Şikayet Edilen: Tamer ÖZÜK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "tameroptik01" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "tameroptik01" kullanıcı isimli sayfanın 13.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Versace asaletinin Zeiss'in netliğiyle buluşması...Şıklığın ve Şöhretin Anlamı Simgeleyen Oris 18K Altınıyla Siz Değerli Müşterilerimizle Buluşturuyoruz...Marlin Bron'nun Şıklığı Ve Üstün Japon Teknolojisinin Birleşimini Değerli Müşterimizle Buluşturduk Blue Control (Mavi kaplama) Olmasına Rağmen Yansıma Hiç Yok Diyecek Kadar Az Hoya'nın Öne Çıkan Diğer Özelliklerinden Biri İncelik Müşterimizin Gözü -6.50 Olmasına Rağmen Süper İnceliği Var Hoya Japanese Technology For Vision...Japonya'nın Üstün Cam Üretim Firması Olan Hoya Yine Bir Teknoloji Harikası Örneği Olan HoyaLux LifeStyle İd4 Blue Control Camı Sayın Müşterimiz Ümit Beye Hayırlı Olsun...*' gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "tameroptik01" kullanıcı isimli sayfanın 13.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Versace asaletin Zeiss'in netliğiyle buluşması...Şıklığın ve Şöhretin Anlamı Simgeleyen Oris 18K Altınıyla Siz Değerli Müşterilerimizle Buluşturuyoruz...Marlin Bron'nun Şıklığı Ve Üstün Japon Teknolojisinin Birleşimini Değerli Müşterimizle Buluşturduk Blue Control (Mavi kaplama) Olmasına Rağmen Yansıma Hiç Yok Diyecek Kadar Az Hoya'nın Öne Çıkan Diğer Özelliklerinden Biri İncelik Müşterimizin Gözü -6.50 Olmasına Rağmen Süper İnceliği Var Hoya Japanese Technology For Vision...Japonya'nın Üstün Cam Üretim Firması Olan Hoya Yine Bir Teknoloji Harikası Örneği Olan HoyaLux LifeStyle İd4 Blue Control Camı Sayın Müşterimiz Ümit Beyeye Hayırlı Olsun...*' gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15 inci maddesi,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,
- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

131)

**Dosya No: 2024/4537**

**Şikayet Edilen: Optirama Optik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "optiramaoptik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 24.10.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "optiramaoptik" kullanıcı isimli sayfanın 24.10.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Optirama Optik mağazasında optik çerçeveler çok havalı! Tarzınızı dünya markalarının çerçeveleri ile tamamlayın Versace...Henüz hediyenizi seçmediyseniz Optirama Optik mağazasına uğramanın tam zamanı! %70'e varan indirimleri kaçırmayın! Tüm ürünlerde %70'e varan indirim...Etnia Barcelona çerçeveleri gününüze renk katsın Etnia Barcelona ile renklendir bakışlarınızı...*' gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "optiramaoptik" kullanıcı isimli sayfanın 24.10.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Optirama Optik mağazasında optik çerçeveler çok havalı! Tarzınızı dünya markalarının çerçeveleri ile tamamlayın Versace...Henüz hediyenizi seçmediyseniz Optirama Optik mağazasına uğramanın tam zamanı! %70'e varan indirimleri kaçırmayın! Tüm ürünlerde %70'e varan indirim...Etnia Barcelona çerçeveleri gününüze renk katsın Etnia Barcelona ile renklendir bakışlarınızı...*' gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,  
Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

132)

**Dosya No: 2024/4545**

**Şikayet Edilen: İlk Güneş Destek ve İyileştirici Sağlık Gereçleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "ilkgunesoptik" kullanıcı isimli sayfada yer alan tanıtımlar



**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "ilkgunesoptik" kullanıcı isimli sayfanın 10.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Swarovski optik gözlük çeşitleri mağazamızda! Birbirinden güzel ve göz alıcı ışıltısıyla gözlerinizi kamaştıracak...*' gibi ifadelere yer verildiğı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesindeki "ilkgunesoptik" kullanıcı isimli sayfanın 10.07.2024 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli tanıtımlarda örnek olarak, '*...Swarovski optik gözlük çeşitleri mağazamızda! Birbirinden güzel ve göz alıcı ışıltısıyla gözlerinizi kamaştıracak...*' gibi ifadelere yer verildiğı, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğı'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 gereğı reklamının yapılmasının yasak olduğı, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiğı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğı'nin 15 inci maddesi,
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğı'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 olduğına,

Buna göre, reklam veren **İlk Güneş Destek ve İyileştirici Sağlık Gereçleri San. ve Tic. Ltd. şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

133)

**Dosya No:** 2024/6204

**řikayet Edilen:** Kadriye FURAT (Estearť Güzellik Salonu)

**řikayet Edilen Reklam:** www.estearť.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 29.12.2023 ve 26.08.2024

## **Yayınlandığı Mecra: İnternet**

**Tespitler:** www.esteart.com.tr adresli internet sitesinin 29.12.2023 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda örnek olarak, *"botoks uygulaması, dolgu, karın germe, meme büyütme, meme küçültme, yağ aldırma, kalıtsal saç tedavisi, Erkeklere saç ekimi, kadınlara saç ekimi, prp plazma cilt tedavisi, prp saç dökülmesi tedavisi iğnesi, kulak estetiği ameliyatı, rinoplasti"* gibi işlemlere ilişkin tanıtımlara ve *"Güzellik Merkezi Plastik Plastik Cerrahi Saç Dökülmesi Lazer Epilasyon Kadın ve Erkek Saç Ekimi Cilt Bakımı Cilt Pigmentasyonlarının Giderilmesi Kimyasal Peeling Botoks Dolguları Altın İplik Çatlak Ayak ve Tırnak Tedavisi"* ifadeleri ile, sayfanın 26.08.2024 tarihli görünümünde ise *"Profesyonel Doktor, PRP ile saçınızdaki değişimi görünce siz de şaşıracaksınız."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.esteart.com.tr adresli internet sitesinin 29.12.2023 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda örnek olarak, *"botoks uygulaması, dolgu, karın germe, meme büyütme, meme küçültme, yağ aldırma, kalıtsal saç tedavisi, Erkeklere saç ekimi, kadınlara saç ekimi, prp plazma cilt tedavisi, prp saç dökülmesi tedavisi iğnesi, kulak estetiği ameliyatı, rinoplasti"* gibi işlemlere ilişkin tanıtımlara ve *"Güzellik Merkezi Plastik Plastik Cerrahi Saç Dökülmesi Lazer Epilasyon Kadın ve Erkek Saç Ekimi Cilt Bakımı Cilt Pigmentasyonlarının Giderilmesi Kimyasal Peeling Botoks Dolguları Altın İplik Çatlak Ayak ve Tırnak Tedavisi"* ifadeleri ile, sayfanın 26.08.2024 tarihli görünümünde ise *"Profesyonel Doktor, PRP ile saçınızdaki değişimi görünce siz de şaşıracaksınız."* ifadelerine yer verildiği,

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak söz konusu salonların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelere ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan *"Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır."* hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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

Bu bağlamda, sağlık alanında 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, 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 Ek 13 üncü maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kadriye FURAT (Estearit 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.

134)

**Dosya No: 2024/6238**

**Şikayet Edilen: Dr. Muhammet ENVERİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024 ve 22.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "op.dr.enveri" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 ve 22.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "Yüksek miyopi olan hastamızın NoTouch lazer sonrası mutluluğu... Yıllarca uzak ve yakın

*görme problemleri olan hastamızın 'akıllı mercek' ameliyatı sonrası mutluluğu... Gözlükten kurtulmanın mutluluğu..." gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "op.dr.enveri" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 ve 22.05.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, "*Yüksek miyopi olan hastamızın NoTouch lazer sonrası mutluluğu... Yıllarca uzak ve yakın görme problemleri olan hastamızın 'akıllı mercek' ameliyatı sonrası mutluluğu... Gözlükten kurtulmanın mutluluğu...*" gibi ifadelere 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, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği 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 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 **Dr. Muhammet ENVERİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

135)

**Dosya No: 2024/6239**

**Şikayet Edilen: Güven KEBUDE (Güven Glasses)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "guvenglasses" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Sağlamlığı ve muhteŐemlięi ile yeni optik modellerimiz raflarımızda sizi bekliyor. Siz de bu muhteşem optik çerçevelerden birine sahip olup stilinize yeni bir hava katmak istiyorsanız mağazalarımıza gelebilir ya da instagram üzerinden bize ulaŐabilirsiniz! #optik #optikgözlük"* ifadeleri ile birlikte çeşitli markalara ait tıbbi cihaz fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "guvenglasses" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Sağlamlığı ve muhteŐemlięi ile yeni optik modellerimiz raflarımızda sizi bekliyor. Siz de bu muhteşem optik çerçevelerden birine sahip olup stilinize yeni bir hava katmak istiyorsanız mağazalarımıza gelebilir ya da instagram üzerinden bize ulaŐabilirsiniz! #optik #optikgözlük"* ifadeleri ile birlikte çeşitli markalara ait tıbbi cihaz fotoğraflarına 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, 15/1-b, 15/3 ve 15/4 üncü 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 **Güven KEBUDE (Güven Glasses)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

136)

**Dosya No: 2024/6240**

**Şikayet Edilen: Ege Genç Optik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "gencoptik.aliaga" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"optiswiss be4ty mineral camlarımız için teşekkürler. Rayban markasının birçok gözlük modellerini Genç Optik mağazamızda deneyebilirsiniz. Unutmayın her gözlüğün bir hikayesi vardır. Peki senin gözlüğünün hikayesi ne?"* gibi ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "gencoptik.aliaga" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"optiswiss be4ty mineral camlarımız için teşekkürler. Rayban markasının birçok gözlük modellerini Genç Optik mağazamızda deneyebilirsiniz. Unutmayın her gözlüğün bir hikayesi vardır. Peki senin gözlüğünün hikayesi ne?"* gibi ifadelerle yer verildiği, ancak Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre yalnızca optisyenlik müesseselerinde satışı, uyarlaması veya uygulaması yapılan cihazlar ile münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazların reklamının yapılamadığı, dolayısıyla inceleme konusu sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımların ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu, bu bağlamda söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15/1-a, 15/1-b, 15/3 ve 15/4 üncü 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 **Ege Genç Optik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

137)

**Dosya No: 2024/6242**

**Şikayet Edilen: Yaren Melis GÜMÜŞ (Melis OPTİK)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "melisoptiklens" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Sizin mağazanız sizin gözlükleriniz #optik #lens... MORLİN BRON Kalitenin ve şıklığın birleşimi. Titanyum hafifliği bir başka..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "melisoptiklens" kullanıcı isimli sayfanın 15.04.2024 tarihli görünümünde örnek olarak, *"Sizin mağazanız sizin gözlükleriniz #optik #lens... MORLİN BRON Kalitenin ve şıklığın birleşimi. Titanyum hafifliği bir başka..."* 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, 15/1-b, 15/3 ve 15/4 üncü 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 **Yaren Melis GÜMÜŞ (Melis OPTİK)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

138)

**Dosya No: 2024/6243**

**Şikayet Edilen: Ece Nur HOŞGÜLER (Ece Nur Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "ecehosguler" kullanıcı isimli sayfanın 04.03.2024 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda örnek olarak, "Hifu ve gold pen" gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara ve kampanya bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait "ecehosguler" kullanıcı isimli sayfanın 04.03.2024 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda örnek olarak, "Hifu ve gold pen" gibi tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara ve kampanya bilgilerine yer verildiği,

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik'in Geçici 5 inci maddesi ile güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılarak söz konusu salonların İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağına hüküm altına alındığı ve anılan maddenin 2 nci fıkrasında yer alan "Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile, tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında ilgili mevzuat hükümleri uygulanır." hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı,

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



Bu bağlamda, sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin 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, 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 Ek 13 üncü maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ece Nur HOŞGÜLER (Ece Nur 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.

139)

**Dosya No: 2024/6205**

**Şikayet Edilen: Dr. Aybüke BEDİR**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "dishekimikayseri" kullanıcı isimli sayfanın 15.03.2024 tarihli görünümünde tedavi öncesi/sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "dishekimikayseri" kullanıcı isimli sayfanın 15.03.2024 tarihli görünümünde tedavi öncesi/sonrası görüntülere yer verildiği,

Bu bağlamda, 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, dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**140)**

**Dosya No: 2024/6245**

**Şikayet Edilen: Dr. Ülfat ABDULLAYEV**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde Şahsa ait "kayseri\_obeziite\_karingerme" kullanıcı isimli sayfada yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 15.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "kayseri\_obeziite\_karingerme" kullanıcı isimli sayfanın 15.03.2024 tarihli görünümünde tedavinin etkilerini kıyaslayıcı ve talep oluŐturan nitelikte tedavi öncesi/sonrası görüntülere ve operasyon görüntüsüne yer verildiğı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan "kayseri\_obeziite\_karingerme" kullanıcı isimli sayfanın 15.03.2024 tarihli görünümünde tedavinin etkilerini kıyaslayıcı ve talep oluŐturan nitelikte tedavi öncesi/sonrası görüntülere ve operasyon görüntüsüne yer verildiğı,

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin sağık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşarak "reklam" niteliğinde olduğunun değerlendirildiğı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlar ile sunulan hizmetlere yönelik talep oluşturulduğu ve sağık alanında çalışan Şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 24 üncü maddesi,
- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi'nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
- Sağık Meslek Mensupları ile Sağık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İŞ ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik'in 5/1-c maddesi,
- Sağık 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 7/1-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. Ülfat ABDULLAYEV** 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.

141)

**Dosya No: 2024/6247**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehmet KAHVECİ**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 04.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "dt.mehmetkahveci" kullanıcı isimli sayfanın 04.04.2024 tarihli görünümünde tedavi öncesi/sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** yapılan incelemeler sonucunda; başvuru ekinde gönderilen Eskişehir İl Sağlık Müdürlüğüne yapılan 25.04.2024 tarihli savunma ve Sağlıkta Bilgilendirme Tanıtım Faaliyetleri İl Değerlendirme Komisyonunun kararı ile birlikte ilgili tüm bilgi ve belgelerin incelenmesi sonucunda, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde "dt.mehmetkahveci" kullanıcı isimli sayfanın 04.04.2024 tarihli görünümünde tedavi öncesi/sonrası görüntülere yer verildiği,

Bu bağlamda, 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, dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

142)

**Dosya No: 2024/6249**

**Şikayet Edilen: Hüsnü Nur KAYNAR (Pera Sağlık Kabini)**

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

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Broşür)

**Tespitler:** Kuruluşa ait el broşürlerinde, "Hizmetlerimiz" başlığı altında " *Sünnet, hacamat ve evde sağlık hizmeti*" gibi sağlık kabininde yapma yetkisi bulunmayan işlemlerin yapıldığının ilan edildiği, ayrıca "Sağlığa dair her şey... Sağlığınız bizim için değerli güvenilir adrestesiniz..." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; kuruluşa ait el broşürlerinde "Hizmetlerimiz" başlığı altında " *Sünnet, hacamat ve evde sağlık hizmeti*" gibi sağlık kabininde yapma yetkisi bulunmayan işlemlerin yapıldığının ilan edildiği, ayrıca "Sağlığa dair her şey... Sağlığınız bizim için değerli güvenilir adrestesiniz..." ifadelerine 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, bununla birlikte 'Sağlık Kabini' olarak faaliyet göstermeye yetkili olan kuruluşun hizmet sunmaya yetkili olmadığı sünnet, hacamat ve evde sağlık hizmetine ilişkin faaliyette bulunduğuna yönelik tanıtım yaparak bu alanda yetkili olduğu yönünde bir izlenim oluşturmasının ilgili mevzuata

aykırı olarak tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve onların bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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 maddeleri,

-Sağlık Kabinleri Hakkında Genelge'nin 9,10, 21 ve Ek-5 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 **Hüsna Nur KAYNAR (Pera Sağlık Kabini)** 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.

## **ÖRTÜLÜ REKLAM**

143)

**Dosya No: 2024/2922**

**Şikayet Edilen: Burak ÖGE**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "psikolojikitabı" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.05.2024, 09.05.2024, 07.05.2024, 05.05.2024, 04.05.2024, 03.05.2024, 02.05.2024,01.05.2024, 12.04.2024, 25.03.2024, 15.03.2024, 04.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "psikolojikitabı" isimli Instagram hesabından 10-9-7-5-4-3-2-1.05.2024 gibi muhtelif tarihlerde yapılan fotoğraf paylaşımlarında, "*İncitmek diye bir şey yoktur. İncinmek vardır. Kırmak diye bir şey yoktur, Kırılmak vardır. Yaralamak diye bir şey yoktur, Yaralanmak vardır. Bu kitap kendini arayan insanlar için yazılmadı. Merkezini yitiren insanlar için yazıldı. Dışarıya gidip aramak için değil, içeriye dönüp bulmak için kaleme alındı. İnsan merkezini dışarıda bulamaz, merkez içeridedir, bulmaya karar verdiğinizde dönüp onu yeniden*

*keşfedersiniz. Merkezinde olmayı bilen insan için kaos yoktur, kaygı yoktur, çaresizlik yoktur, güvensizlik, yetersizlik ve korku yoktur. #beniincitemezsin #müthişpsikoloji"* ifadelerine, kitap görseline ve "@muthispsikoloji" etiketine yer verildiği,

Anılan kitabı satın almak üzere 10.05.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "*Bir kez önemsenmediğin yere ikinci kez uğrama*" sözüne, "Müthiş Psikoloji" kitap görseline, @muthispsikoloji etiketine ve "Kitabı al" isimli D&R bağlantısına yer verilmek suretiyle yönlendirme yapıldığı,

Benzer şekilde, 12.04.2024-25.03.2024 tarihleri arasında yapılan muhtelif paylaşımlarda, "@hakanozkan1979 un AURA kitabı tüm D&R mağazaların da sadece 90 TL.", "Aura kitabı çıktı D&R mağazalarında ve dr.com.tr'de" ifadelerine, kitap görseline yer verildiği,

15.03.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "*Koreli kimyagerler efsaneee serumlar üretmişler. Ürünler Türkiye'ye de geldi. İkinci ürün 1 TL kampanyası varken kaçırmayın, LINK BİO'da*" ifadelerine ve "*Korelilerin viral olan serumlarını deniyorum. Cildim çok kötü görünüyordu, serumları kullandıktan 2 hafta sonra böyle oldu*" ifadelerine ve ürün görseline yer verildiği,

04.03.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "*1 aydır kolajen kullanıyorum. Cildim düzeldi, saçlarım gürleşti, gözaltı torbalarım gitti. Sinir, stres, anksiyete hiçbir şey kalmadı.*" ifadelerini ve "Collagen" isimli ürün görselini içeren görüntüye ve alt metinde "*Uzun süre kullanımlarda inanılmaz faydası var. Link profilde*" ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait "@psikolojikitabı" isimli Instagram hesabından yayınlanan yukarıda detaylarına yer verilen paylaşımlarda, anılan markaların sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam ya da işbirliği ibaresine yer verilmediği bu suretle yönlendirme yapmak suretiyle anılan markaların örtülü reklamının yapıldığı,

15.03.2024 tarihli paylaşımında, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkisi geçici olan ürünler olması gerektiği halde kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte ifadelerle yer verildiği, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamda belirtilen iddiayı 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 kozmetik ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların, övücü, yönlendirici ifadelerin mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

04.03.2024 tarihli paylaşımında yer verilen inceleme konusu ürünün, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünle önleendiği izleniminin oluşturulduğu ve bahsi geçen tanıtım ifadelerinin sağlık

beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan "tıbbi ürün" gibi tanıtıldığı; hal böyle iken endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri ürün gibi tanıtılmasının aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 6/1, 6/3, 6/4, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği'nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Gıda ve Takviye Edici Gıdalarda Sağlık Beyanı Kullanımı Hakkında Yönetmelik'in 5 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**144)**

**Dosya No: 2024/5651**

**Şikayet Edilen: Oğuzhan ÇAĞLAYAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "Oğuzhan Çağlayan" isimli Youtube hesabından yayınlanan "İslami Korku Oyunu Konuk: Batuhan Gündüz" başlıklı video

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 05.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "Oğuzhan Çağlayan" isimli Youtube hesabından 05.09.2024 tarihinde yayınlanan "İslami Korku Oyunu Konuk: Batuhan Gündüz" başlıklı video paylaşımında, "Oyunları sever misiniz mesela ben çok severim. Bir Müslüman gencin ibadetlerini Allah'a olan



vazifelerini aksatmadan ve vaktini israf etmeden, her genç gibi rahatlıkla oyunlar oynayabileceği kanaatindeyim zaten bunu oyunlar hakkında yaptığımız başka bir podcastte konuşuruz. Ancak bugün normalde hiç tarzım değil ama evet korku oyun oynamayı deneyeceğim. Aslında bunun iki sebebi var: Birincisi oyun tamamen Türk yapımı Batuhan Gündüz ve ekibi tarafından geliştiriliyor. Birazdan röportaj da yapacağız zaten yapımcıyla. İkinci olarak oyun İslami mesajlar içeriyor arkadaşlar. Bu iki sebepten dolayı her ne kadar korksam da bu oyunları incelemeye ve bu güzel projelere destek vermek için oynamaya karar verdim. Öncelikle firmaya teşekkür ediyorum çünkü bana şu ana kadar çıkardıkları iki oyunu birden hediye ettiler ve bununla da kalmayıp aranızdan üç kişiye ücretsiz şekilde çekilişte oyun kodunu vereceklerini söylediler. Çekilişe katılmak için bu videonun altındaki yorumlara Instagram ya da mail adresinizi bırakıp videoyu da beğenerek anında katılım sağlayabilir ve bu korku oyunlarına ücretsiz olarak erişebilirsiniz." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; İslami mesajlar içeren "Türk yapımı" olduğu vurgulanan korku oyununa yönelik özel tanıtıcı atıfların yer aldığı inceleme konusu videoda tüketicilerin dini duygularının ve korkularının istismar edildiği, ayrıca, oyunu 3 kişiye ücretsiz hediye etmek için çekiliş düzenlendiği böylece, övücü ve tanıtıcı ifadelerin yanı sıra söz konusu oyunun oynanması teşvik edilerek yönlendirme yapıldığı, dolayısıyla anılan oyununun örtülü biçimde reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu video paylaşımının;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-d, 5/1-g, 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 **Oğuzhan ÇAĞLAYAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

145)

**Dosya No: 2024/1673**

**Şikayet Edilen: Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın Matbaacılık Rek. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yeniakit.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "*Hepsi Burada Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası oldu*" başlıklı yazı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 13.05.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yeniakit.com.tr adresli internet sitesinde 13.05.2022 tarihinde yayınlanan "Hepsiburada Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası oldu" başlıklı yazıda, Hepsiburada, bağımsız araştırma kuruluşu Future Bright'ın gerçekleştirdiği ve "E-ticaret NPS (NetPrompter Score/Tavsiye Etme Skoru) Araştırması" sonuçlarına göre, "Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası" oldu.2022'nin ilk çeyreğinde tekrarlanan bağımsız araştırma kapsamında 5.400 kişiyle anket çalışması gerçekleştirildi. Çalışma sonucunda Hepsi Burada, ürün ve hizmet kalitesi ve sağladığı deneyimle müşterilerin çevrelerine en çok tavsiye ettikleri e-ticaret markası oldu. Tüm dünyada markaların müşteri deneyimi için takip ettiği önemli bir metrik olan NPS skoru; bir markanın müşteri odaklılığı, sağladığı memnuniyet, kampanyaları, ürün kalitesi gibi konuların toplam bir sonucu olarak ortaya çıkıyor. Araştırmaya katılan müşterilerin, markalara bağlılıkları ve ürün ve hizmetleri kullanırken yaşadıkları deneyimin kalitesini ölçümlenmek üzere markayı çevrelerine, arkadaş ve yakınlarına tavsiye etme istekleri ve dereceleri ölçülüyor. Müşterilerinin hayatını kolaylaştırmak için sunduğu ve Türkiye'de ilk olan servislerle dikkat çeken Hepsi Burada, sektörde ilk kez sunulan "Yarın Kapıda" ile siparişleri 24 saat içinde adrese teslim ederken, "Kapıda İade" ile de iade edilmek istenen ürünü randevu ile kapıdan teslim alarak hızlı, kolay bir iade hizmeti sağlıyor. Hepsi Burada, kısa bir zaman önce sunduğu "Güvenle Kapıda" servisiyle de taşınması güç ve riskli olan beyaz eşya ve TV gibi büyük ebatlı ürünleri evlerinin içine kadar getirerek güvenle teslim ediyor. Hepsi Burada'nın "E-ticaret NPS liderliği" başarısıyla ilgili mutluluğunu dile getiren Hepsi Burada CMO'su Ender Özgün, "Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası" olmaktan dolayı çok mutluyuz. Türkiye'nin Hepsi Burada'sı olarak, önümüzdeki dönemde de müşteri deneyimini merkeze alan felsefemizle, Ar-Ge ekiplerimizle birlikte projeler üretmeye, en yeni teknolojileri etkin şekilde kullanarak hizmet kalitemizi daha da ileriye taşımaya devam edeceğiz. Milyonlarca müşterimizin ve on binlerce iş ortağımızın markamızı her gördüğünde "İyi ki varsın Hepsi Burada" demeleri için var gücümüzle çalışmayı, onlara kolaylık sağlamayı ve Türkiye için değer yaratmayı sürdüreceğiz." dedi. Türkiye'de dijital dönüşümün lider oyuncularından biri olarak, 20 yılı aşkın tecrübesiyle, 32 farklı kategoride, 90 milyondan fazla ürünü müşterileriyle buluşturan Hepsi Burada, kurulduğu günden bu yana on binlerce işletmenin büyümesine de katkı sağlamaya devam ediyor. Hepsi Burada aynı zamanda çatısı altında bulunan Hepsi Jet, Hepsi Burada Express Market, Hepsi Pay, Hepsi Ad, Hepsi Burada Seyahat, Hepsi Global gibi marka ve hizmetlerle müşterilerinin hayatın her alanında birçok farklı hizmete ulaşmasını sağlıyor." ifadelerine, "Hepsi Burada" uygulama görseline ve "Türkiye'nin en çok tavsiye edilen 'E-Ticaret Markası' logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu yazıda tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Hepsi Burada" markasına yönelik övücü, tanıtıcı, yönlendirici ifadelerle yer verildiği, ancak herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, böylece "Hepsi Burada" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

- 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 **Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın Matbaacılık Rek. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

146)

**Dosya No: 2024/6500**

**Şikayet Edilen: Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ekonomist.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "*Hepsi Burada Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası oldu*" başlıklı yazı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.10.2022

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ekonomist.com.tr adresli internet sitesinde 28.10.2022 tarihinde yayınlanan "*Hepsi Burada Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası oldu*" başlıklı yazıda, *Hepsi Burada*, bağımsız araştırma kuruluşu *Future Bright*'in gerçekleştirdiği ve "*E-ticaret NPS (Net Prompter Score/Tavsiye Etme Skoru) Araştırması*" sonuçlarına göre, *Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası oldu*. *Hepsi Burada*'dan yapılan açıklamaya göre, *Hepsi Burada*, bağımsız araştırma kuruluşu *Future Bright*'in gerçekleştirdiği ve "*E-ticaret NPS (Net Prompter Score/Tavsiye Etme Skoru) Araştırması*" sonuçlarına bakıldığında "*Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası olarak öne çıktı.2022'nin ilk çeyreğinde tekrarlanan bağımsız araştırma kapsamında 5 bin 400 kişiyle anket çalışması gerçekleştirildi. Çalışma sonucunda Hepsi Burada, ürün ve hizmet kalitesi ve sağladığı deneyimle müşterilerin çevrelerine en çok tavsiye ettikleri e-ticaret markası oldu. Tüm dünyada markaların müşteri deneyimi için takip ettiği önemli bir metrik olan NPS skoru; bir markanın müşteri odaklılığı, sağladığı memnuniyet, kampanyaları, ürün kalitesi gibi konuların toplam bir sonucu olarak ortaya çıkıyor. Araştırmaya katılan müşterilerin, markalara bağlılıkları, ürün ve hizmetleri kullanırken yaşadıkları deneyimin kalitesini ölçülemek üzere markayı çevrelerine, arkadaş ve yakınlarına tavsiye etme istekleri ve dereceleri ölçülüyor. Hepsi Burada, sektörde ilk kez sunulan "Yarın Kapında" ile siparişleri 24 saat içinde adrese teslim ederken, "Kapında İade" ile de iade edilmek istenen ürünü randevu ile kapıdan teslim alarak hızlı, kolay bir iade hizmeti sağlıyor. Hepsi Burada, kısa bir zaman önce sunduğu "Güvenle Kapında" servisiyle de taşınması güç ve riskli olan beyaz eşya ve TV gibi büyük ebatlı ürünleri evlerin içine kadar getirerek teslim ediyor. 20 yılı aşkın tecrübesiyle, 32 farklı kategoride, 90 milyondan fazla ürünü müşterileriyle buluşturan Hepsi Burada, kurulduğu günden bu yana on binlerce işletmenin büyümesine de katkı sağlamaya devam ediyor. Hepsi Burada, aynı zamanda çatısı altında bulunan Hepsi Jet, Hepsi Burada*

*Express Market, Hepsi Pay, Hepsi Ad, Hepsi Burada Seyahat, Hepsi Global gibi marka ve hizmetlerle müşterilerinin hayatın her alanında birçok farklı hizmete ulaşmasını sağlıyor." Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası olmaktan dolayı çok mutluyuz" Açıklamada görüşlerine yer verilen Hepsi Burada Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı (CMO) Ender Özgün, Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası olmaktan dolayı çok mutlu olduklarını belirterek, şunları kaydetti: "Türkiye'nin Hepsi Burada'sı olarak, önümüzdeki dönemde de müşteri deneyimini merkeze alan felsefemizle, AR-GE ekiplerimizle birlikte projeler üretmeye, en yeni teknolojileri etkin şekilde kullanarak hizmet kalitemizi daha da ileriye taşımaya devam edeceğiz. Milyonlarca müşterimizin ve on binlerce iş ortağımızın markamızı her gördüğünde 'İyi ki varsın Hepsi Burada' demeleri için var gücümüzle çalışmayı, onlara kolaylık sağlamayı ve Türkiye için değer yaratmayı sürdüreceğiz." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.*

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu yazıda tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Hepsi Burada" markasına yönelik övücü, tanıtıcı, yönlendirici ifadelere yer verildiği, ancak herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, böylece "Hepsi Burada" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-d, 5/1-g, 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 **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

147)

**Dosya No: 2024/6499**

**Şikayet Edilen: Rota Yayın Yapım Tanıtım Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.marketingturkiye.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Hepsiburada 'tavsiyenin gücüyle' büyüyor" başlıklı yazı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 16.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.marketingturkiye.com.tr adresli internet sitesinde 16.05.2024 tarihinde yayınlanan "Hepsiburada 'tavsiyenin gücüyle' büyüyor" başlıklı yazıda, "Hepsiburada, Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası olmanın yanı sıra, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutarak Net Promoter Score araştırmalarında liderliğini koruyor. Peki, bu başarının ardında nasıl bir strateji yatıyor? Hepsiburada Pazarlama Grup Direktörü Görkem Dereli ile hem tavsiye alanındaki liderliklerini hem de liderliği perçinleyen LinkGelir programını konuştuk...Hepsiburada'nın, Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası olarak 2022 ve 2023 yıllarında üst üste en yüksek NPS puanını aldığını açıkladınız. Bu başarının ardında yatan faktörler neler oldu? Hepsiburada olarak, müşteri memnuniyetini her zaman en ön planda tutuyoruz ve bu yaklaşımımızın, iki yıl üst üste "Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası" olarak seçilmemizde büyük bir rol oynadığına inanıyoruz. Hepsiburada'nın liderliği ve güvenilirliği, müşteri memnuniyeti ve güvenilir hizmet anlayışıyla doğrudan ilişkili. Bu anlayışımız Hepsiburada'yı Türkiye'de e-ticaret alanında öne çıkaran ve tercih edilen bir marka haline getirirken, bu başarı aynı zamanda dijital alışveriş deneyimini sürekli iyileştirmeye yönelik çabalarımızın ve tüketicilerin beklentilerine cevap verme konusundaki kararlılığımızın bir göstergesi.Net Promoter Score (NPS) araştırmalarında 72 puanla liderliğimizi koruma başarımızın temelinde ise en önemli faktör güvenilirlik olarak belirlendi. Bununla birlikte geniş ürün ve marka çeşitliliği, rekabetçi kampanyalar ve fiyatlar, hızlı kargo ve teslimat süreçleri gibi unsurlar da kullanıcıların tercih sebepleri arasında yer alıyor.Kullanıcılar, Hepsiburada'yı tavsiye etme kararlarını hangi kriterlere göre belirliyor?Kullanıcılar, iade süreçlerinin kolaylığı, ürün kalitesi, ücretsiz kargo seçenekleri, web sitesi ve mobil uygulamanın kullanım kolaylığı, ödeme ve taksit imkanları gibi birçok kriteri göz önünde bulunduruyor. Ürünlerin hasarsız ve eksiksiz teslim edilmesi, hızlı geri ödeme süreçleri, kullanıcı değerlendirmeleri ve yorumları, kupon ve kod kullanım kolaylığı gibi faktörler de önemli tercih sebepleri arasında bulunuyor."Tavsiye ekonomisi" nedir? Hepsiburada'nın bu konudaki atılımı ne oldu?Tavsiye ekonomisi günümüzde büyük bir pazar haline geldi. E-ticaret satışlarının tamamının yüzde 15-30'unu yönetiyor. Tavsiye ekonomisinin değeri, 17 milyar dolar üzerinde ve 2027 yılına kadar 27,78 milyar pazar büyüklüğüne ulaşması öngörülmüyor. Markaların yüzde 81'i bunun getirdiği imkanların farkında ve kullanıcıların yüzde 84 gibi büyük bir oranı, bu imkanlardan faydalanyor. Tavsiye ekonomisinden yararlanan yayıncıların yüzde 31'i, en önemli üç gelir kaynağından biri olarak görüyor. Biz bu davranıştan yola çıkarak LinkGelir uygulamamızı devreye aldık. Bir süredir devam eden uygulamamızda teknolojik ve içerik olarak güncellemeler yaparak LinkGelir'in yeni versiyonunu birkaç gün önce canlıya aldık. Yeni versiyonla artık kullanıcılar liste oluşturmaya gerek kalmadan "tek tıkla" ürün paylaşarak gelir elde edebilecekler. LinkGelir programından bahseder misiniz? Bu program, kullanıcılara nasıl bir ek gelir fırsatı sunuyor?LinkGelir programımız, kullanıcıların kendi çevrelerine ürün tavsiyesinde bulunarak gelir elde etmelerini sağlıyor. Bu programı hayata geçirirken tavsiye etmenin herkesin hakkı olduğu düşüncesinden yola çıktık. Deneyimlediğiniz, beğendiğiniz bir ürünü sevdiğinizle, ailenizle paylaşmanız kıymetli ve en önemlisi de güvenerek o ürünü satın alma kararını etkileyen bir faktör. Hepsiburada kullanıcıları artık, tek tıkla istedikleri ürünü paylaşarak, bu ürünler paylaştıkları kişi tarafından satın alındığında da ek gelir sağlayabiliyorlar. Link gelir için tavsiyeyi dijitalleştiriyor demek de mümkün. Program, kullanıcılara ayda 20 bin TL'ye kadar kazanç elde etme imkanı sağlıyor. Link Gelir programının hedefleri neler? Hedefimiz, 2024 yılında 1

milyon kullanıcıya ulaşarak toplamda 1 milyar TL kazanç dağıtmak. Programımız özellikle kadınları güçlendirmek adına başlattığımız bir inisiyatif olarak dikkat çekiyor. Herkes için ek gelir sağlayan bu program, mevcut kullanıcılarımızın yanı sıra özellikle ev hanımları ve öğrenciler gibi ek gelir elde etmek isteyen herkes için uygun bir fırsat sunuyor. LinkGelir'in mevcut kullanıcılarının yüzde 68'i kadın, dolayısıyla programın aslında özellikle ev kadınlarına ek gelir yaratma noktasında fayda yaratacağına inanıyoruz. LinkGelir programına katılmak için herhangi bir takipçi veya etkileşim sayısı gerekiyor mu? LinkGelir programına katılmak için Hepsiburada kullanıcısı olmak yeterli. Tüm Hepsiburada kullanıcıları, sadece istedikleri ürünü paylaşarak Hepsipara kazanmaya başlayabilirler. Tavsiye liderliğini marka yüzünüz Kıvanç Tatlıtuğ ile kutladınız. İş birliği nasıl gidiyor? Kıvanç Tatlıtuğ'un Türkiye'nin en güvendiği lider isimlerden biri oluşuyla, markamızın tavsiye liderliği birbiriyle uydu. Kıvanç Tatlıtuğ, reklam filmimizde Hepsiburada'nın "en çok tavsiye edilen e-ticaret markası" olma başarısını "Sadece araştırmaların değil, gönüllerin bir numarası... Hepsiburada, farkı burada" diyerek kutladı. Lansman gecemizde kendisi de Hepsiburada'nın kadın girişimciliğine olan desteklerini gördüğünü, geçtiğimiz zaman dilimi içerisinde hem bir birey olarak ayrıca çocuk sahibi bir baba olarak iki kat daha fazla duyarlılığa sahip olduğunu aktardı. Reklam filmimize müşterilerimizden de güzel reaksiyonlar aldık." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu [www.marketingturkiye.com.tr](http://www.marketingturkiye.com.tr) adresli internet sitesinin pazarlama sektörüyle ilgili gelişmelere yer verilen diğer bir ifadeyle sektörel amaçlı yayın yapan bir site olduğu, nitekim anılan yazının söyleşiler başlığı altında yayınlandığı ve birçok firma CEO'su ile röportaj şeklinde muhtelif paylaşımların yapıldığı, dolayısıyla inceleme konusu yazının tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacıyla yayınlandığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının; 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.

148)

**Dosya No: 2024/6501**

**Şikayet Edilen: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sabah.com.tr](http://www.sabah.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan "Hepsi Burada tavsiye ekonomisini büyütüyor" başlıklı yazı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 18.04.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sabah.com.tr adresli internet sitesinin 18.04.2024 tarihli görünümünde yer alan “ Hepsiburada tavsiye ekonomisini büyütüyor” başlıklı yazıda, “Bağımsız araştırma kuruluşu Future Bright tarafından gerçekleştirilen Net Promoter Score (NPS) araştırmasına 2022 ve 2023 yıllarında üst üste “Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası” olan Hepsiburada, tavsiye liderliğini müşterilerinin de katılımıyla bir üst seviyeye taşıyor. Halen 200 bin kullanıcının yer aldığı ve müşterilere kendi çevrelere ürün tavsiyesinde bulunarak gelir elde etme imkanı sunan “Link Gelir” programı çerçevesinde tavsiye edilecek ürünler “tek tıkla” paylaşarak gelire dönüştürülebilecek. Hepsiburada önümüzdeki dönemde bu programa katılacak müşteri sayısını 1 Milyon kişiye çıkarmayı planlıyor. Özellikle kadınlar ve öğrencilerin yoğun ilgi gösterdiği programla gelişecek tavsiye ekonomisiyle hane bütçelerine 2024 yılında 1 Milyar TL'lik ek gelir sağlanacak. HEPSİBURADA'DAN LİNK GELİR İLE TEK TIKLA AYDA 20 BİN TL'YE KADAR KAZANMA FIRSATI Hepsiburada herhangi bir ürünü “tek tıkla” paylaşarak kazanç elde etme imkanı sunan yeniliklerle e-ticaretteki kullanıcı deneyimini kolaylaştırarak, herkesin kendi çevresine ürün tavsiyesinde bulunmasına olanak tanıyor. Link Gelir kullanıcılara her ürün paylaşımı için elektronik dışı ürünlerde ortalama yüzde 7, elektronik ürünlerde %2 oranında komisyon alma imkanı sunuyor ve ayda 20 bin TL'ye kadar kazanç elde etme fırsatı sağlıyor. KIVANÇ TATLITUĞ İLE ÇOK TAVSİYE EDİLEN 1 NUMARALI İNDİRİMLER BAŞLADI Ayrıca Hepsiburada Türkiye'nin “en çok tavsiye edilen e-ticaret markası” olma başarısını Kıvanç Tatlıtuğ'un rol aldığı bir reklam filmiyle duyurdu. İlk kez basın mensuplarına gösterilen reklam filminde Kıvanç Tatlıtuğ Hepsiburada'nın sadece araştırmalarda değil müşterilerin akıl ve kalplerinde de 1 Numara olduğunu ifade ediyor. ... PEŞİN FİYATINA 12 TAKSİT AVANTAJI Hepsiburada müşterilerinin alışverişlerinde ödeme kolaylıkları da sunuyor. Yapı Kredi Bankası iş birliğiyle sunulan Hepsiburada Premium Worldcard ile müşteriler peşin fiyatına 12 taksitle ödeme imkanı dahil farklı birçok ek avantajdan faydalanabiliyor. Ayrıca, Hepsiburada kartsız ödeme kolaylığı sunduğu Hepsiburada limitiyle müşterilerine kart limitlerine takılmadan alışveriş yapma imkanı tanıyor. HEPSİBURADA LİNKER HİKAYELERİ Ayşenur Kayabaş (Ev Hanımı): “5 aydır Link Gelir kullanıcısıyım. 5 ay önce kızımın dünyaya gelmesiyle birlikte hayatımdaki online alışveriş daha da arttı. Bu artışla birlikte Hepsiburada'nın uygulamasında Link Gelir Programı'nı gördüm. Sosyal medyayı da aktif kullandığım için paylaşımlara başladım. Paylaşımlarım sonucunda elde ettiğim gelirler de gittikçe artıyor. Bunun yanı sıra insanların benim tecrübelerimle alışveriş yapmaları beni oldukça mutlu ediyor. Bu sayede sevdiğim bir işten gelir elde etmiş olmak da bana keyif veriyor.” Eda Güneş (Öğrenci): “Link Gelir ile tanışmamdan bu yana 8 ay geçti. Bu program sayesinde sevdiğimle ve takipçilerimle hem önerdiğim ürünleri paylaşıyorum hem de bundan gelir elde ediyorum. Elde ettiğim gelir sayesinde Hepsiburada'dan ihtiyaçlarım kapsamında alışveriş yapma şansım da oluyor. Ayrıca Link Gelir'i işime de entegre ederek, takipçilerimin denememi istediği ürünleri satın alıp; deneme videoları da çekiyorum. Bu fırsatlarla dolu programın bir üyesi olmaktan ve bana kattıklarından dolayı çok mutluyum.” ifadelerine, “Türkiye'nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası” ibaresinin, “Hepsi Burada” markasının ve reklam yüzü Kıvanç Tatlıtuğ'un bulunduğu görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu yazıda tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak

"Hepsi Burada" markasına yönelik övücü, tanıtıcı, yönlendirici ifadelere yer verildiği, ancak herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği, böylece "Hepsi Burada" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

- 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 **Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

149)

**Dosya No: 2024/6498**

**Şikayet Edilen: Worldef Global Organizasyon Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.worldefvakfi.org adresli internet sitesinde yayınlanan "*Hepsiburada Ceosu Nilhan Önal Gökçetekin Worldef E-ticarete Konuştu*" başlıklı yazı

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 10.05.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.worldefvakfi.org adresli internet sitesinde yayınlanan "*Hepsiburada Ceosu Nilhan Önal Gökçetekin Worldef E-ticarete Konuştu*" başlıklı yazıda, "*Türkiye'nin en büyük yerli e-ticaret pazaryeri; dünyanın en önemli teknoloji şirketlerinin işlem gördüğü NASDAQ borsasında halka açılan ilk Türk şirketi; Türkiye'de en çok tavsiye edilen e-ticaret markası... Bu başarıları uzatmak mümkün... Hepsiburada'dan bahsediyoruz. 11 Nisan 2020 yılından bu yana Türkiye'de e-ticaret ekosisteminin en önemli markası olan Hepsiburada, bu süre zarfında başarılarına sürekli yenilerini ekledi. WORLDEF E-TİCARET, Doğan Holding bünyesinde e-ticarete katkı sunmaya devam eden Hepsiburada'yı konuk etti...*" "*Hepsiburada CEO'su Nilhan Onal Gökçetekin, "Türkiye'nin önde gelen pazaryerlerinden birinin CEO'su olarak değişen tüketici beklentilerini nasıl yorumluyorsunuz? Bu doğrultuda ne gibi iyileştirmeler yapıyorsunuz?" sorusuna da şu cevabı verdi: ... Yaklaşık bin kişilik teknoloji ekibimizle en akıcı alışveriş deneyimini sunmaya çalışıyoruz. Yapay zeka temelli çözümlerle kullanıcılarına daha iyi deneyim, güven ve kolaylık sağlayarak e-ticarete öncü bir rol oynuyoruz. Ödeme yaparken güvenli ve hızlı ödeme geçidi bekliyorlar. Günümüzde bir de buna alım gücünü destekleyen*



çözümler eklendi. Türkiye'nin en geniş ödeme ve vadeliendirme çözümü sunan platformumuz." "Her koşulda her zaman sözümüzü tutmak üzere yola çıktık' Gökçetkin, şöyle devam etti: "Müşterilerimize en iyi hizmeti sunmak için tüm ekip 'Hepsiburada Sözü' diyerek, her koşulda her zaman sözümüzü tutmak üzere yola çıktık. Müşterilerimize lojistik ve operasyon faaliyetlerimize duyduğumuz güvenle 'Siparişlerin Yarın Kapıda' diyoruz. Müşterilerimiz, platformumuzdaki Hepsiburada satıcılı ürünlerden saat 19.00'a kadar, diğer satıcılardan ise saat 16.00'ya kadar verdikleri siparişleri ertesi gün teslim alıyor. Olur da sipariş gecikirse, Hepsiburada Premium müşterilerinin hesaplarına 19,90 TL değerinde Hepsipara tanımlayarak gecikmemizi bir nebze de olsa telafi ediyoruz. Ürünleri iade etmek isterlerse de 81 ilde 'Kapıda İade' hizmeti sunuyoruz. Ayrıca yüzde 100 orijinal ürün garantisi veriyoruz. Müşterilerimiz en ünlü markaları güvenle alıyor bizden, bu nedenle lüks ürün alışverişinde de tercih sebebiyiz." ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu www.worldevakfi.org.tr adresli internet sitesinin e-ticaret, e-ihracat sektörleriyle ilgili gelişmelere yer verilen diğer bir ifadeyle sektörel amaçlı yayın yapan bir site olduğu, nitekim anılan yazının soru-cevap olarak röportaj şeklinde yayımlandığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının; 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.

150)

**Dosya No: 2024/5145**

**Şikayet Edilen: Ezgi YILDIRIM**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "ezgi\_ile\_zayıflıyorum" isimli Instagram hesabından yayımlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 22.07.2024-13.09.2024

**Yayımlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "ezgi\_ile\_zayıflıyorum" isimli Instagram hesabından 22.07.2024-13.09.2024-tarihleri arasında yayımlanan "@Glox" isimli markaya ait "çay" ve "kahve" ürünlerine ilişkin muhtelif video ve fotoğraf paylaşımlarda, "Tokluk hissi sağlar, porsiyon kontrolüne yardımcı olur; ödem atımını destekler; vücudtaki zararlı toksinlerin atılmasına yardımcı olur ve ani tatlı krizlerini engeller.", "Günde iki kere iç hedefine ulaş.", "Değişime hazır mısınız?", "Sağlıklı kilo verme süreci sadece diyet ve egzersizden ibaret değildir. Glox caffèe gibi destekleyici ürünler, bu yolculuğu daha kolay ve keyifli hale getirebilir." "Glox caffèe sağlıklı kilo verme yolculuğunuzda doğal bir destek." "Şimdi zayıflama sırası sizde.", "Zayıflama sürecinde doğal bir destek mi arıyorsun.", "Haydi beraber zayıflayalım.", "Güne kahve ile başlamak....Tok tutar,

*yağ yakar, ödem atar.", "Yağ yakımını hızlandırır ve metabolizmanı canlandırır, sindirim sistemini güçlendirir, daha sağlıklı bir sindirim sürecine katkıda bulunur, vücuttaki ödem ve toksinlerin atılımını destekler. Kan şekeri destekler, tokluk hissi uyandırır ve bol su içmenizi teşvik ederek yemeklerin daha etkili şekillendirilmesine yardımcı olur."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "ezgi\_ile\_zayıflıyorum" isimli Instagram hesabında yayınlanan 22.07.2024, 13.09.2024 tarihleri arasındaki paylaşımlarda, '@Glox' isimli markaya ait ürünlerin satış ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirme yapıldığı, ancak reklam, iş birliği ya da ortaklık ibarelerinin kullanılmadığı, tüketicilerin reklam konusunda açıkça bilgilendirilmediği, bu açıdan söz konusu markaların örtülü reklamının yapıldığı, ayrıca söz konusu ürünün insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan "tıbbi ürün" gibi tanıtıldığı, hal böyle iken endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünün bir ilaç veya beşeri ürün gibi tanıtılmasının aldatıcı ve yanıltıcı nitelik teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 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, 5/2-d, 5/11-a, 10/a, 10/b, 10/c, 10/c ve 10/ç 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 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 **Ezgi YILDIRIM** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

151)

**Dosya No: 2024/5196**

**Şikayet Edilen: Gökçe YAMAN KIRAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "proanalitikgokturk" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.05.2024, 14.08.2024, 27.08.2024, 14.09.2024, 07.09.2024, 05.09.2024, 06.06.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "proanalitikgokturk" isimli Instagram hesabından yayınlanan 25.05.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@nisantasiedu" etiketine yer verildiği,

27.08.2024 tarihli video paylaşımında, "@kirtasiye17" etiketine yer verildiği,

14.09.2024, 07.09.2024, 05.09.2024, 06.06.2024 tarihli fotoğraf ve video paylaşımında, '@kesfetplatform01' etiketine yer verildiği,

14.08.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "@soosoap\_damla" etiketine, "*soo eşek sütü kreminin görseline ve 'Derdime derman bir krem, şiddetle tavsiye edilir, ellerinize sağlık damla hanım.'*" ifadelerine ve "@soosoap damla" etiketine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen, "proanalitikgokturk" isimli Instagram hesabında yayınlanan 25.05.2024, 14.08.2024, 27.08.2024, 14.09.2024, 07.09.2024, 05.09.2024, 06.06.2024 tarihli paylaşımlarda reklam, iş birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın muhtelif markaların örtülü reklamının yapıldığı, bunun yanı sıra "@soosoap\_damla" isimli markaya ait "Soo" eşek sütü kremi ile ilgili ifadelerin kozmetik mevzuatında belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkisi geçici olan ürünler olması gerektiği, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamda belirtilen iddiayı 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 kozmetik ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların, övücü, yönlendirici ifadelerin mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği'nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1, 6/1, 6/3, 6/4, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluğu **Gökçe YAMAN KIRAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

152)

**Dosya No: 2024/5198**

**Şikayet Edilen: Sinem ÇİÇEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "sinemmcicek" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 25.08.2023, 30.10.2023, 21.06.2024, 13.08 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "sinemmcicek" isimli sosyal medya hesabından yayınlanan 25.08.2023 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@adidas.turkiye" etiketine yer verildiği,

30.10.2023 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@lesbenjaminsturkiye" etiketine yer verildiği,

21.06.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "@berkersan" ve "@dcey.tr" etiketlerine yer verildiği,

13.08 2024 tarihli hikaye paylaşımında, "@bebeksinailbar" ve "@azgenails\_mersin" etiketlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen, "sinemmcicek" isimli Instagram hesabında yayınlanan 25.08.2023, 30.10.2023, 21.06.2024, 13.08 2024 tarihli paylaşımlarda reklam, iş birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın bahsi geçen markaların örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımın;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluğu **Sinem ÇİÇEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

153)

**Dosya No: 2024/3614**

**Şikayet Edilen: Nicole GHEIBI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "nicolegheibi" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 12.08.2024, 19.09.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "nicolegheibi" isimli sosyal medya hesabından yayınlanan 12.08.2024 tarihli video paylaşımında, "@haulabrand" isimli markanın etiketine yer verildiği,

19.09.2024 tarihli muhtelif hikaye paylaşımlarında, "@flora\_garden\_beach\_hotel" adlı mekanın etiketine ve fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen, "selinozhan" isimli Instagram hesabında yayınlanan 12.08.2024, 19.09.2024 tarihli paylaşımlarda reklam, iş birliği, ortaklık ibareleri kullanılmaksızın bahsi geçen markaların örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu paylaşımın;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

154)

**Dosya No: 2024/2900**

**Şikayet Edilen: Şeyma AKKURT**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait "\_seymaunal\_" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 06.03.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** şahsa ait “\_seymaunal\_” isimli Instagram hesabından yayınlanan 06.03.2024 tarihli hikaye paylaşımında, "*Küpelere her zaman aldığım yerden. Bu aşırı hafif olduğu için ekstra seviyorum yok gibi kulağınızda*" ifadelerine ve görseldeki küpenin satın alma bağlantısına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen “\_seymaunal\_” isimli Instagram hesabından yapılan 06.03.2024 tarihli hikaye paylaşımında, görseldeki ürüne yönelik övücü, tanıtıcı ifadelere yer verildiği, söz konusu ürünün satın alma bağlantısına yer verildiği ancak paylaşımında herhangi bir reklam ya da işbirliği ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan ürünü satın almak üzere ürünün satın alma bağlantısına yönlendirme yapmak suretiyle ilgili markanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 6/1, 6/3, 6/4, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**155)**

**Dosya No:** 2024/5217

**şikayet Edilen:** Aziz KANCAR

**şikayet Edilen Reklam:** şahsa ait “AzizKancar” isimli Youtube kanalından yapılan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 23.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait “AzizKancar” isimli Youtube kanalında 23.07.2024 tarihinde yayınlanan “Sizce Cam Filmi Yazın Ne Kadar Önemli?” başlıklı videoda, “Bugün aracımı %99'a varan ısıyı kesme özelliğine sahip cam filmini uygulamak için Amerikan Film Merkezi Florya'dayız. Benden önceki kişinin taktığı cam filmleri çok kalitesizdi, yıpranmıştı ve aşırı derecede koku yapıyordu. Sadece bir parçasını koparıp ısı özelliğini ölçüyoruz. %8'e varan ısıyı kesme özelliği var, sadece %8. Ön camında da film olmadığı için araç içine resmen oturulmuyor. Deri koltuklar yapış yapış. Trafikte çok fazla rahatsız etmeyen, gözü yormayan ama %99'a varan ısıyı kesen filmi seçiyorum. Ön camımızın ölçüleri alınıyor ve film uygulaması başlıyor. Benim araca cam filmi çekilirken en çok dikkat ettiğim konulardan bir tanesi işçilik. Amerikan Film merkezinde de tüm araçlarımda olduğu gibi bu araçta da güveniyorum. İşte bahsettiğim olay tam da bu. Sanki cam siyah cammış gibi film yokmuş gibi. Hadi gelin hep beraber ısı kesme özelliğine bakalım. Evet %99.2 gerçekten harika bir değer. Amerikan Film Merkezi Florya'ya bir kez daha teşekkürler. Olex kalitesiyle bizler de buluştuk. Sizlere de kesinlikle tavsiye ediyorum” şeklinde ifadelerle yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen “AzizKancar” isimli Youtube kanalında 23.07.2024 tarihinde yayınlanan video paylaşımında, Amerikan Film Merkezi isimli işletmeye yönelik övücü, tanıtıcı ve yönlendirici ifadelerle yer verildiği, ancak söz konusu videoda ya da videonun açıklama kısmında herhangi bir reklam ya da işbirliği ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan işletmenin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 6/1, 6/3, 6/4, 22/1, 22/2, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, meclis kuruluşu **Aziz KANCAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

156)

**Dosya No: 2024/4165**

**Şikayet Edilen: Huzur Radyo TV A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “En hamarat Benim” isimli Youtube kanalından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi: 31.05.2024**

## **Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait "En Hamarat Benim" isimli Youtube kanalında 31.05.2024 tarihinde yayınlanan "*En Hamarat Benim 645. Bölüm*" başlıklı videoda, "(04.01) Sunucu: İyi deterjanlar da buradaymış. Şimdi leke meke kalmaz. Ama tabi dozunu iyi ayarlamak lazım.

(04.07) Yarışmacı: Orası öyle Kadir Bey her şey dozunda iyi ne az ne fazla.

(04.16) Sunucu: Tamam bu çalışırken biz evi gezelim sonra hallederiz. Şöyle salondan başlayalım.

(07.13) Sunucu: Bak sakız gibi olmuş.

(07.16) Yarışmacı: Ay çok sevindim, leke kalsa çok üzülürdüm.

(07.20) Sunucu: Leke mi kalsaydı? Tatlı kız seni, leke kalması mümkün mü sence?" ifadelerine ve videonun 04.08, 21.20, 33.12, 33.13 dakikalarında "ARİEL" marka çamaşır deterjanının görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait "En hamarat Benim" isimli Youtube kanalından 31.05.2024 tarihinde yayınlanan "*En Hamarat Benim 645. Bölüm*" başlıklı videoda "ARİEL" markasına ait övücü, tanıtıcı ifadelerle yer verildiği, söz konusu ürünün görseline yer verildiği, ancak videoda ya da açıklama kısmında reklam, işbirliği olduğuna ilişkin tüketicilerin bilgilendirilmediği, bu sebeple anılan ürün ve markanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

## **TURİZM**

157)

**Dosya No: 2024/6434**

**Şikayet Edilen: ETS Ersoy Turistik Servisleri Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.etstur.com/> internet sitesinde yer alan "Cactus Club Yalı Hotels & Resort" isimli tesise ilişkin reklam ve tanıtımlar



**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 28.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Cactus Club Yalı Hotels & Resort adlı tesise ilişkin <https://www.etstur.com/> internet sitesinde yer alan 28.07.2024 tarihli reklam örneklerinde, tesise ait çeşitli oda türlerine ilişkin fiyat gösterimlerinin “maximum” isimli ödeme kartı ile yapılacak ödemelerdeki fiyat bilgisi olduğu ve diğer kartlar için oda fiyatlarının tanıtımda yer alan fiyattan daha yüksek bir tutara tekabül ettiği, söz konusu durumun reklam verene ait çağrı merkezi görüşmesi ile de ikrar edildiği, ilgili tanıtımlar yönünden tanıtımda yer verilen oda fiyatının söz konusu karta özel bir fiyat olduğuna dair bilgilendirmenin tüketicilere aynı alanda sağlandığı hususunun reklam veren tarafından ispatlanamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Cactus Club Yalı Hotels & Resort adlı tesise ilişkin 28.07.2024 tarihli reklam örnekleri ve tüketiciyle gerçekleştirilen çağrı merkezi kayıtları incelendiğinde tanıtımlarda yer alan tesise ait çeşitli oda türlerine ilişkin fiyat gösterimlerinin “Maximum” isimli kredi kartı ile yapılacak ödemelerdeki fiyat bilgisi olduğu, diğer kartlar yönünden ise oda fiyatlarının tanıtımda yer alan fiyattan daha yüksek bir tutara tekabül ettiği, başvuruya konu tarihte yayımlanan reklam ve tanıtımlarda anılan oda fiyatı gösteriminin söz konusu kart türüne özel olduğuna ilişkin olmak üzere aynı alanda tüketicileri bilgilendirmeye yönelik bir açıklamaya yer verildiğine ilişkin herhangi bir ispatlayıcı bilgi ve belgenin dosya kapsamında sunulmadığı ve dolayısıyla söz konusu tesise ilişkin fiyat gösterimlerini içerir tanıtımların tüketiciler nezdinde eksik veya hatalı bilgiye neden olduğu ve bu yönüyle de aldattıcı ve yanıltıcı 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-b,7/5-ç, 9/1, 9/5,13/1, 13/2, 13/6 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

158)

**Dosya No: 2024/6435**

**Şikayet Edilen: Tatilbudur Seyahat Acenteliği ve Turizm A.Ş.**

**Ŗikayet Edilen Reklam:** www.tatilbudur.com adresli internet sitesinde yer alan ‘‘7500.-TL' ye varan worldpuan’’ kampanyasına iliŖkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/EriŖim Tarihi:** 09.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, reklam veren tarafından sunulan kampanyaya iliŖkin reklam ve tanıtımlarda kampanya ana duyuru ekranında, ‘‘Tatilbudur'dan tek seferde yapılacak otel rezervasyonlarında Yapı Kredi World'e Özel 7.500TL'ye varan Worldpuan!’’ ifadelerine yer verildiğı, kampanya koŖullarının ise duyuru sayfasından yönlendirme suretiyle ulaŖıldığı ifade edilen <https://www.tatilbudur.com/tatil-kampanyalari> uzantılı adreste yer aldığı, anılan kampanya koŖulları arasında; ‘‘World Mobil uygulaması üzerinden kampanyaya katılmak için iPhone veya Android cep telefonuna World Mobil uygulaması indirilmelidir. World Mobil uygulamasından kampanyaya katılmak için ‘‘Kampanyalar’’ alanındaki ilgili kampanyanın ‘‘Hemen Katıl’’ butonuna tıklanması gerekmektedir.’’ ifadesi ile koŖulların devamında ‘‘Kampanyaya katılmak için iPhone veya Android cep telefonuna World Mobil uygulaması indirilmelidir.’’ ifadelerine yer verildiğı tespit edilmiŖtir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; anılan kampanyaya iliŖkin ana duyuru ekranında; ‘‘Tatilbudur'dan tek seferde yapılacak otel rezervasyonlarında Yapı Kredi World'e Özel 7.500TL'ye varan Worldpuan!’’ ifadelerine yer verildiğı, kampanya koŖullarının ise duyuru sayfasından yönlendirme suretiyle ulaŖılan <https://www.tatilbudur.com/tatil-kampanyalari> uzantılı adreste yer aldığı, anılan kampanya koŖulları arasında sayılan; ‘‘World Mobil uygulaması üzerinden kampanyaya katılmak için iPhone veya Android cep telefonuna World Mobil uygulaması indirilmelidir. World Mobil uygulamasından kampanyaya katılmak için ‘‘Kampanyalar’’ alanındaki ilgili kampanyanın ‘‘Hemen Katıl’’ butonuna tıklanması gerekmektedir.’’ ifadesi ile koŖulların devamında yer verilen ‘‘Kampanyaya katılmak için iPhone veya Android cep telefonuna World Mobil uygulaması indirilmelidir.’’ ifadeleri arasında tüketiciler nezdinde kampanya koŖulları yönünden anlam karıŖıklığı yaratıldığı ve ayrıca başvuruya konu kampanyaya katılma koŖulunun reklamda yer alan ana vaadin esaslı unsuru olmasına rağmen açık ve anlaşılır bir biçimde reklamın ana mesajında belirtilmemiŖ olduğı kanaatine varılarak anılan reklam ve tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelik arz ettiğı değerlendirilmiŖ olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğı'nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 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 olduğına,

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

159)

**Dosya No: 2024/5949**

**Şikayet Edilen: Nurdan SONEMEL (Adapart Pansiyon)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Adapart Pansiyon" adlı tesise ilişkin tabelada yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 09.07.2024

**Yayınlandığı Mecra:** Diğer (Tabela)

**Tespitler:** Reklam verene ait Okullar Mah. Aba Küme Evleri No:26/2 Marmara/BALIKESİR adresinde faaliyet gösteren turizm tesisinin dış cephesindeki tabelada "AdApart" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı, tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca tesis edilen 01.08.2022 tarih ve 2022-10-0097 sayılı Basit Konaklama Turizm İşletmesi Belgesinde "Adapart Pansiyon" olarak belgelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; reklam verene ait Okullar Mah. Aba Küme Evleri No:26/2 Marmara/BALIKESİR adresinde faaliyet gösteren turizm tesisinin dış cephesindeki tabelada "AdApart" ibaresi ile tanıtımının yapıldığı, anılan tabelada yer alan tanıtımdaki bahse konu ibarenin görsel, şekil ve sunuluş biçimiyle tüketiciler nezdinde "Apart" nitelikli bir tesis olduğu yönünde algıya yol açtığı, ancak tesisin 01.08.2022 tarih ve 2022-10-0097 sayılı Basit Konaklama Turizm İşletmesi Belgesinde "Adapart Pansiyon" olarak belgelendirildiği, 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'nun 37/A maddesi ile Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'in 16 ncı maddesinin ikinci fıkrası kapsamında tesis tanıtımının ilgili Bakanlık'tan alınan belgeye uygun olarak yapılması gerektiği, belgeli tesislerin işyeri açma ve çalışma ruhsatında belirtilen isim ve türden farklı olarak belgelendirilmeleri halinde turizm belgesinde belirtilen isim ve tür esas alınarak tanıtım yapılmasının zorunlu olduğu, tesis tanıtımında tüketici hakları açısından doğru bilgilere yer verilmesi, yanıltıcı olabilecek veya ülke turizmini zedeleyecek tanıtımlarda bulunulmaması yükümlülükleri ile birlikte değerlendirildiğinde söz konusu tesise yönelik tanıtımlarının aldatıcı ve yanıltıcı 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-b, 7/5-c, 7/5-g, 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 **Nurdan SONEMEL (Adapart Pansiyon)** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

## **TÜTÜN/ALKOL**

160)

**Dosya No: 2024/4727**

**Şikayet Edilen: Damla KALAYCIK DEDEOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "damlakalaycık" isimli Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 11.09.2024, 12.08.2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait olduğu tespit edilen "damlakalaycık" isimli Instagram hesabından yayınlanan 11.09.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, "*Host perisi geldiii Dün akşam @aperitif\_time in muhteşem atmosferi ve enerjisiyle harika bir geceye ev sahipliği yaptım. O kadar keyifliydi ki gelen herkese teşekkür ederim. Love youuu #aperitiftime*" ifadelerine ve "@aperitif\_time" etiketine yer verildiği,

12.08.2024 tarihli video paylaşımında, "*2022'de Paros'ta ilk Amfibi'yi görünce denizden yüzerek karaya çıkarken, dreamy demiştim Şimdi İstanbul'a gelince yine kaçıramazdım @aperitif\_time #AperitifTime #işbirliği*" ifadelerine yer verildiği, böylece anılan videoda alkole teşvik edici ve özendirici görsellere yer verildiği, anılan markanın sosyal medya hesabının etiketine ve "#aperatiftime" şeklinde etiketlere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; şahsa ait olduğu tespit edilen "damlakalaycık" isimli Instagram hesabından yayınlanan 11.09.2024 tarihli fotoğraf paylaşımında, açıkça "Aperol" isimli alkollü içeceğin tanıtımını yapmak üzere düzenlenen bir etkinlikte ev sahibi olduğunun ifade edildiği, 12.08.2024 tarihli video paylaşımında, alkollü içki tüketimini teşvik edici ve özendirici görsellere yer verildiği, anılan markanın sosyal medya hesabının etiketine ve "#aperitiftime" ve "işbirliği" etiketlerine yer verildiği, böylelikle anılan videonun "Aperol" isimli alkollü içeceğin tanıtımını yapmak üzere markayla yapılan işbirliği kapsamında yayınlandığı, dolayısıyla inceleme konusu paylaşımlarda mevzuat gereği yasak olan alkollü içecek ürünlerinin reklamının gerçekleştirildiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu video paylaşımının;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 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, reklam veren **Damla KALAYCIK DEDEOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun'un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

161)

**Dosya No: 2024/6536**

**Şikayet Edilen: Gg Fern Danışmanlık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan "@wearethewalkers\_tr" isimli kullanıcıya ait "Benim Ayaklarım Yere Basmıyor Diyenlerle Keşfin Heyacanına Beraber #YürüyoruzDİMİ" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan "@wearethewalkers\_tr" isimli kullanıcıya ait "Benim Ayaklarım Yere Basmıyor Diyenlerle Keşfin Heyacanına Beraber #YürüyoruzDİMİ" başlıklı reklamlarda, alkollü içki görselleriyle sponsorlu tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "@wearethewalkers\_tr" kullanıcı adıyla www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yayımlanan şirkete ait "Benim Ayaklarım Yere Basmıyor Diyenlerle Keşfin Heyacanına Beraber #YürüyoruzDİMİ" başlıklı reklamlarda, alkollü içki görsellerine yer verildiği, alkollü içki üreticisine ait isimle sponsorlu tanıtım yapıldığı ve markanın öne çıkarıldığı tespit edilmiş olup ilgili mevzuatı uyarınca alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamının ve tüketicilere yönelik tanıtımının yasak

olmasına karşın söz konusu ürünlerin ve üreticilerinin reklamının yapılmasının kamu sağlığını bozucu nitelikte olduğu ve ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

--4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İhisarı Kanunu'nun 6/1 inci maddesi,

-Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 uncu maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

162)

**Dosya No: 2024/6478**

**Şikayet Edilen: Halkekmag Global Reklam Org. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan firmaya ait "@halkekmag" isimli sayfa tarafından "Halkekmag Studio'da tüm detaylarına yapay zekanın karar verdiği bir parti yaptık. Bol bol gülücük, gerisi full data. Herkese iyi algoritmalar diliyoruz." yorumuyla yapılan reklamlar

**Reklam Yayın/Erişim Tarihi:** 2024

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan firmaya ait "@halkekmag" isimli sayfa tarafından "Halkekmag Studio'da tüm detaylarına yapay zekanın karar verdiği bir parti yaptık. Bol bol gülücük, gerisi full data. Herkese iyi algoritmalar diliyoruz." yorumuyla yapılan paylaşımlarda, Anadolu Efes Biracılık ve Malt San. A.Ş.'ye ait "+1" ve "artıbir" ifadelerine yer verildiği, yayınlanan video kesitlerinde "Efes" markalı alkollü içeceklere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com isimli sosyal medya sitesinde yer alan firmaya ait "@halkekmag" isimli hesap tarafından "Halkekmag Studio'da tüm detaylarına yapay zekanın karar verdiği bir parti yaptık. Bol bol gülücük, gerisi full data. Herkese iyi algoritmalar diliyoruz." ifadeleri kullanılarak yapılan paylaşımların çeşitli yerlerinde Anadolu Efes Biracılık ve Malt San. A.Ş.'ye ait "+1" ve "artıbir" ifadelerine ve "Efes" markalı alkollü içecek görsellerine yer verildiği, video içeriğinde yer alan alkollü içecek dolabında bulunan "+1" ifadesini çevreleyen işaretin "Efes" markalı alkollü içeceklerde de yer alan söz konusu alkollü içecek üreticisine ait sembol olduğu, yayımlanan reklamın içeriği bir bütün olarak değerlendirildiğinde "+1" ifadesinin alkollü içecek üreticisi ve ürünleriyle organik bağa sahip olduğu, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 22 nci maddesinin birinci fıkrasında "Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır." hükmü yer almasına ve alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımının yasak olmasına rağmen bu ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamların ilgili mevzuata açıkça aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

-Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'in 20/1, 20/2, 20/4, 20/7 ve 20/9 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 5/1-b, 6/1, 6/2, 6/4, 7/1, 7/2, 7/3, 9/5, 22/1, 23/1, 23/1-a, 23/1-b, 23/1-c, 26/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Halkekmag Global Reklam Org. 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.