**T.C.**

**TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 13 Nisan 2021

**Toplantı Sayısı :** 308

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2020/3310**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "40 TL Yükle 3GB Kazan" başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Vodafone Yanımda uygulamasında yayınlanan “40 TL Yükle 3 GB Kazan” başlıklı reklamlarda *“40 TL Yükle 3 GB Kazan. Hediyenizi 7 gün boyunca kullanabilirsiniz.”* ifadelerinin yer aldığı,

30.11.2020 tarihinde başvuru sahibi tüketicinin Vodafone Müşteri Hizmetleri ile yaptığı telefon görüşmelerinde *“Hoş geldiniz. Danışmanınız Yaprak ben nasıl yardımcı olabilirim? (…) 27 Kasım saat 21:15’te 40 TL yükledim Vodafone Yanımda’dan. 40 TL yüklemem karşılığında bir haftalığına 3 GB hediye verileceği yazıyordu uygulamada, hala gelmedi. Bununla ilgili 24 saat içinde gelir dedi Müşteri Hizmetleri. 24 saat geçti, ancak gelmedi. Sonra tekrar aradım, talebiniz oluşturuldu dediler. (…) 28 Kasım’da talep oluşturmuşsunuz. Şikayet kaydınızın sonucunu size aktarıyorum. Vodafone Yanımda’da kampanyanız çıkmış, fakat kampanyadan yararlanabilmeniz için size Vodafone’dan bir mesaj gelmesi gerekiyordu. Bundan kaynaklı kampanyadan yararlanamıyorsunuz. (…) Hediye vermeyecekseniz neden Vodafone böyle bir ifade kullanıyor? Bu durumda yapılacak bir şey yok maalesef, hediyeniz gelmeyecek. (…)”, “”Merhaba Vodafone ailesine hoş geldiniz. Danışmanınız Sema ben, nasıl yardımcı olabilirim? (…) Biz 3 gün önce 40 lira yükleme yaptık hattımıza. Onu da şunun için yaptık; normalde paketim bugün bitiyordu, yarın yükleme yapacaktım, öyle düşünüyordum. O gün 40 TL yüklersem 3 GB hediye geleceği söylenmişti, yazıyordu yani. (…) Ben de 40 TL yükledim, 3 GB hediye de gelmedi. Ulaşım sağladım sizlerden birine, dediler ki 24 saat içinde yüklenmezse tekrar arayın. 24 saat geçtikten sonra tekrar aradım, hala yüklenmemişti. Dediler ki talebinizi oluşturduk, 48 saat içinde sonuçlanacak. Hala daha ortada bir şey yok. (…) Hemen kontrolleri sağlıyorum. (…) Şu an hediye promosyonumuzda genel olarak bir sorun olduğundan dolayı bu konuyla alakalı uzman arkadaşlarımız tarafından bir çalışma düzenlenmiş görüntüleniyor. Bununla beraber sistem üzerinden sizlere en kısa sürede yüklemeniz gerçekleştirilecektir. (…) Yani sonuç alamadım mı ben? Bu konuyla alakalı çalışmalar başlatıldığından dolayı beklememiz gerekiyor. Peki 48 saat içinde sonuçlanacağı söylenen talebim ne oldu, duruyor mu hala? Evet talepleriniz oluşturulmuş, bu konuyla ilgili detaylı bir şekilde arkadaşlarımız da gerekli çalışmaları başlatmış durumdalar. (…) Şu an talebiniz beklemede görüntüleniyor. (…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. unvanlı firmaya ait “40 TL Yükle 3 GB Kazan” başlıklı reklamlarda *“40 TL Yükle 3 GB Kazan. Hediyenizi 7 gün boyunca kullanabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği, ancak 27.11.2020 tarihinde 0546 680 23 00 numaralı hat sahibi tüketicinin 40 TL yüklemeyi gerçekleştirmesine rağmen hattına 3 GB internetin tanımlanmadığı,

Bahsi geçen tüketicinin 30.11.2020 tarihinde müşteri hizmetleri ile yaptığı görüşmelerde anılan reklamlarda 40 TL yükleme karşılığında vaat edilen 3 GB internetin ilgili hatta tanımlanmayacağının belirtildiği, bu sebeplerle anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2020/4786**

**Şikayet Edilen: Mustafa ALICI**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 24 02 numaralı hat aracılığıyla yapılan aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Arama / Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler**: Mustafa ALICI isimli şahıs adına kayıtlı 0850 480 24 02numaralı telefon hattından muhtelif tüketicilerin Türk Telekom adına arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 850 480 24 02numaralı telefon hattından muhtelif tüketiciler ile yapılan görüşmelerde *“Türk Telekom’dan arıyoruz”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı, ayrıca söz konusu aramalarda tüketicilere hatlarını Türk Telekom operatörüne taşımaları hususunda yönlendirmede bulunulduğu, bu sebeple Türk Telekom unvanlı firma ile herhangi bir bağı bulunmadığı gerçeği altında anılan telefon görüşmeleri aracılığıyla tüketicilerin yanıltıldığı, Türk Telekom firmasının itibarından haksız biçimde yararlanıldığı ve Türk Telekom ismi ile haksız kazanç elde edildiği, bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Ayrıca, bahsi geçen aramaların dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açan aldatıcı bir ihtimal doğurması gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Mustafa ALICI** hakkında, söz konusu uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **10.475,-TL. (Onbindörtyüzyetmişbeş Türk Lirası) idari para ve anılan ticari uygulamaları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2020/4930**

**Şikayet Edilen: Mustafa ALICI**

**Şikayet Edilen Reklam/HTU:** 0850 480 93 42 numaralı hat aracılığıyla yapılan aramalar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 22.09.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Arama / Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler**: 0850 480 93 42numaralı telefon hattının Mustafa ALICI isimli şahıs adına kayıtlı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, 0850 480 93 42numaralı telefon hattından 22.09.2020 tarihinde 0543 519 43 95 numaralı hat sahibi tüketici ile gerçekleştirilen görüşmede Digitürk Müşteri Temsilcisi adına arama yapıldığı belirtilerek tüketiciye Digitürk paketlerine ilişkin kampanyalar hakkında bilgi verildiği,

Bu kapsamda tüketicinin “Ailenin Yıldızı” adlı paketi alması durumunda kendisine “Sporun Yıldızı” adlı paketin 1 yıl süreyle hediye edileceğinin vaat edildiği, ancak tüketicinin söz konusu hizmeti satın almasının ardından hediye edilen paketin yayınının 2 ay sonra durdurulduğu ve müşteri hizmetleri ile yapılan görüşmelerden konunun çözümüne ilişkin geri dönüş alınamadığı, dolayısıyla anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, bahsi geçen aramanın dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği ve tüketicilerin normal şartlar altında taraf olmayacağı bir işleme taraf olmasına yol açan aldatıcı bir ihtimal doğurması gerekçesiyle haksız ticari uygulama niteliğinde olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu uygulamaların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Mustafa ALICI** hakkında, söz konusu uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**4)**

**Dosya No: 2021/563**

**Şikayet Edilen: Alternatif Yatırım Menkul Değerler Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.alternatifyatirim.com.tr adresli internet sitesinin 11.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Medirevo, Tarım Bakanlığı’ndan Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket oldu-BASIN AÇIKLAMASI”başlıklı yazı

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.alternatifyatirim.com.tr adresinin 11.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Medirevo, Tarım Bakanlığı’ndan Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket oldu” başlıklı yazı içinde;

“*Türkiye’nin önünü açarak hammaddede dışa bağımlılığı azaltmak ve Medical Revolution “Medikal Devrim” için piyasaya adımını atan Medirevo, bor ve kenevir ikilisini bir araya getiriyor. CBD - Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket konumunda olan marka, birbirinden eşsiz inovatif ürünler sunuyor. Doğrudan satış sektörünün Türkiye'de en bilinen markaları arasında yer almayı hedefleyen Medirevo, kenevir tohumu yağı ve bor ile mucizelere imza atmaya devam ediyor. Alternatif tıpta kullanılmasının yanı sıra, üzerine sayısız makale yazılan ve faydaları saymakla bitmeyen kenevir tohumu yağı ile bor ikilisini bir araya getiren Medirevo markası, bu eşsiz karışımla piyasaya 66 sayıda ürün sunuyor. Medirevo, aynı zamanda dünyada bor ve kenevir tohumu yağını aynı anda beslenme desteği, kozmetik, deterjan ve gıda sektöründe değerlendiren ilk ve tek doğrudan satış firması durumunda.*

*Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi… Dünyanın bor kaynaklarının %73'üne sahip Türkiye topraklarında, “milli cevheri hazineye dönüştürmek” mottosuyla yola çıkan “dünyanın ilk ve tek” bor madeni ile kenevir tohumu yağını bir araya getiren marka olma özelliği taşıyan Medirevo, CBD- Tarım Bakanlığı* *Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket unvanını aldı. Hijyen konusunda ekstra tedbirler alınan şu günlerde, dünyanın ilk ve tek bor madeni ile kenevir tohumu yağını bir araya getiren marka olma özelliği taşıyan firma sabunları, vitamin içerikli takviyeleri, bakım kremleri ve dahası kenevir tohumu yağı ve bor mucizesiyle adından söz ettiriyor.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu yazı içinde, “Medirova Doğrudan Satış Ticaret Anonim Şirketi” adlı kuruluşa yönelik övgü içeren ifadelere yer verildiği, bu kuruluş tarafından sunulan malların nitelikleri hakkında tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadelerin kullanıldığı ve bu nedenle anılan kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Alternatif Yatırım Menkul Değerler 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: 2021/564**

**Şikayet Edilen: Yapı ve Kredi Bankası Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.yapikredi.com.tr adresli internet sitesinin 13.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “BASIN BÜLTENİ-Medirevo, Tarım Bakanlığı’ndan Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket oldu” başlıklı yazı

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.yapikredi.com.tr/yatirimci-kosesi/haberler/5f355970dc0e8200011c85a f URL adresinin 13.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Medirevo, Tarım Bakanlığı’ndan Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket oldu” başlıklı yazı içinde;

“*Türkiye'nin önünü açarak hammaddede dışa bağımlılığı azaltmak ve Medical Revolution "Medikal Devrim" için piyasaya adımını atan Medirevo, bor ve kenevir ikilisini bir araya getiriyor. CBD - Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket konumunda olan marka, birbirinden eşsiz inovatif ürünler sunuyor. Doğrudan satış sektörünün Türkiye'de en bilinen markaları arasında yer almayı hedefleyen Medirevo, kenevir tohumu yağı ve bor ile mucizelere imza atmaya devam ediyor. Alternatif tıpta kullanılmasının yanı sıra, üzerine sayısız makale yazılan ve faydaları saymakla bitmeyen kenevir tohumu yağı ile bor ikilisini bir araya getiren Medirevo markası, bu eşsiz karışımla piyasaya 66 sayıda ürün sunuyor. Medirevo, aynı zamanda dünyada bor ve kenevir tohumu yağını aynı anda beslenme desteği, kozmetik, deterjan ve gıda sektöründe değerlendiren ilk ve tek doğrudan satış firması durumunda. Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda* *Belgesi Dünyanın bor kaynaklarının %73'üne sahip Türkiye topraklarında, "milli cevheri hazineye dönüştürmek" mottosuyla yola çıkan "dünyanın ilk ve tek" bor madeni ile kenevir tohumu yağını bir araya getiren marka olma özelliği taşıyan Medirevo, CBD- Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket unvanını aldı. Hijyen konusunda ekstra tedbirler alınan şu günlerde, dünyanın ilk ve tek bor madeni ile kenevir tohumu yağını bir araya getiren marka olma özelliği taşıyan firma sabunları, vitamin içerikli takviyeleri, bakım kremleri ve dahası kevenir tohumu yağı ve bor mucizesiyle adından söz ettiriyor.*

*Çatlayan ellere bakım*

*Koronavirüs döneminde sıkça yıkanmaktan çatlayan, yoğun neme ihtiyaç duyan hassas ciltler için geliştirilmiş Medirevo Care Aynısefa Özlü El & Vücut Balsamı ve Bor - Kenevir Tohumu Yağlı Medirevo Care El Sabunu, güçlendirilmiş içeriği ile ellerinizi nazikçe temizlemenize yardımcı olurken, cildinizin sabun ve sudan zarar görmesini de engeller.*

*Kişisel bakım ve gıda takviyesi*

*Bir araya geldiğinde gıda, içecek, kozmetik, kişisel bakım ve gıda takviyesi olarak kullanılabilen bor ve kenevir, alternatif sağlık ürünü yapımında da tercih ediliyor. Omega 3 bakımından zengin kenevir ve bor mucizesi, içerdiği potasyum, kalsiyum, magnezyum, çinko, demir ve fosfor gibi mineraller ile bağışıklık sistemini güçlendirir kolesterolü dengeler, kalp sağlığını korur. Metabolizma sistemini dengeleyerek kilo kontrolü sağlar, cilt kuruluğunu ortadan kaldırarak cildi nemlendirir. Sağlıklı diş ve diş etleri, güçlü kemik yapısı gibi özelliklerinin yanı sıra metabolizmayı düzenleyerek vücuttaki ödemin atılmasına yardımcıdır.*

*Bağışıklık güçlendirici takviye ürünler*

*İçerisinde bulunduğumuz bu zor günlerde kalsiyum, fosfor, D vitamini, magnezyum ve benzeri çok* *sayıda vitamin içeren bor ve kenevir tohumu yağı ile hazırlanan destekleyici ürünler, bağışıklık sisteminizi güçlendirmenize yardımcı olacak. Borlu Kenevir ve Fındık Yağı CBD, limon, akgünlük, okaliptus, biberiye, karanfil, tarçın kabuğu, fındık yağı ve kenevir tohumu yağı içeren Borlu Get Up ve bor, kenevir tohumu yağı içeriğiyle Himalaya Tuzlu Alkali Su, bağışıklığınızı kuvvetlendirmeniz gereken bu günlerde, kurtarıcınız olacak…”*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu yazı içinde, “Medirova Doğrudan Satış Ticaret Anonim Şirketi” adlı kuruluşa yönelik övgü içeren ifadelere yer verildiği, bu kuruluş tarafından sunulan malların nitelikleri hakkında tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadeler ile sağlık beyanı içeren ifadelerin kullanıldığı ve bu nedenle anılan kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**6)**

**Dosya No: 2021/565**

**Şikayet Edilen: Neşriyat ve Matbaacılık Ticaret Ltd. Şti. (Ticaret Gazetesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ticaretgazetesi.com.tr adresli internet sitesinin 12.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Tarım Bakanlığı'ndan Takviye Edici Gıda Belgesi”başlıklı yazı.

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://ticaretgazetesi.com.tr/tarim-bakanligindan-takviye-edici-gida-belgesi URL adresinin 12.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Tarım Bakanlığı'ndan Takviye Edici Gıda Belgesi” başlıklı yazı içinde;

“*Doğrudan satış sektörünün Türkiye’de en bilinen markaları arasında yer almayı hedefleyen Medirevo, kenevir tohumu yağı ve bor ile mucizelere imza atmaya devam ediyor. Alternatif tıpta kullanılmasının yanı sıra, üzerine sayısız makale yazılan ve faydaları saymakla bitmeyen kenevir tohumu yağı ile bor ikilisini bir araya getiren Medirevo markası, bu eşsiz karışımla piyasaya 66 sayıda ürün sunuyor. Medirevo, aynı zamanda dünyada bor ve kenevir tohumu yağını aynı anda beslenme desteği, kozmetik, deterjan ve gıda sektöründe değerlendiren ilk ve tek doğrudan satış firması durumunda*.

*Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi*

*Dünyanın bor kaynaklarının %73’üne sahip Türkiye topraklarında, “milli cevheri hazineye dönüştürmek” mottosuyla yola çıkan “dünyanın ilk ve tek” bor madeni ile kenevir tohumu yağını bir araya getiren marka olma özelliği taşıyan Medirevo, CBD - Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket unvanını aldı. Hijyen konusunda ekstra tedbirler alınan şu günlerde, dünyanın ilk ve tek bor madeni ile kenevir tohumu yağını bir araya getiren marka olma özelliği taşıyan firma sabunları, vitamin içerikli takviyeleri, bakım kremleri ve dahası kevenir tohumu yağı ve bor mucizesiyle adından söz ettiriyor.*

*Çatlayan ellere bakım*

*Koronavirüs döneminde sıkça yıkanmaktan çatlayan, yoğun neme ihtiyaç duyan hassas ciltler için geliştirilmiş Medirevo Care Aynısefa Özlü El & Vücut Balsamı ve Bor - Kenevir Tohumu Yağlı Medirevo Care El Sabunu, güçlendirilmiş içeriği ile ellerinizi nazikçe temizlemenize yardımcı olurken, cildinizin sabun ve sudan zarar görmesini de engeller.*

*Kişisel bakım ve gıda takviyesi*

*Bir araya geldiğinde gıda, içecek, kozmetik, kişisel bakım ve gıda takviyesi olarak kullanılabilen bor ve kenevir, alternatif sağlık ürünü yapımında da tercih ediliyor. Omega 3 bakımından zengin kenevir ve bor mucizesi, içerdiği potasyum, kalsiyum, magnezyum, çinko, demir ve fosfor gibi mineraller ile bağışıklık sistemini güçlendirir; kolesterolü dengeler, kalp sağlığını korur. Metabolizma sistemini dengeleyerek kilo kontrolü sağlar, cilt kuruluğunu ortadan kaldırarak cildi nemlendirir. Sağlıklı diş ve diş etleri, güçlü kemik yapısı gibi özelliklerinin yanı sıra metabolizmayı düzenleyerek vücuttaki ödemin atılmasına yardımcıdır. Bağışıklık güçlendirici takviye ürünler İçerisinde bulunduğumuz bu zor günlerde kalsiyum, fosfor, D vitamini, magnezyum ve benzeri çok sayıda vitamin içeren bor ve kenevir tohumu yağı ile hazırlanan destekleyici ürünler, bağışıklık sisteminizi güçlendirmenize yardımcı olacak. Borlu Kenevir ve Fındık Yağı CBD, limon, akgünlük, okaliptus, biberiye, karanfil, tarçın kabuğu, fındık yağı ve kenevir tohumu yağı içeren Borlu Get Up ve bor, kenevir tohumu yağı içeriğiyle Himalaya Tuzlu Alkali Su, bağışıklığınızı kuvvetlendirmeniz gereken bu günlerde, kurtarıcınız olacak. … Türkiye’nin milli servetlerine sahip çıkmayı misyon edinen Medirevo, bor ve kenevirin eşsiz mucizesine attığı imzalar ile ilerlemeye devam ediyor.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu yazı içinde, “Medirova Doğrudan Satış Ticaret Anonim Şirketi” adlı kuruluşa yönelik övgü içeren ifadelere yer verildiği, bu kuruluş tarafından sunulan malların nitelikleri hakkında tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadelerin kullanıldığı ve bu nedenle anılan kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Neşriyat ve Matbaacılık Ticaret Ltd. Şti. (Ticaret Gazetesi)** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2021/566**

**Şikayet Edilen: Sanayi Gazetecilik Mat. Rek. Pro. ve İnt. Hizm. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sanayigazetesi.com.tr adresli internet sitesinin 12.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Bor ve Keneviri Buluşturdu, Belgeyi Aldı”başlıklı yazı

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.sanayigazetesi.com.tr/uretim/bor-ve-keneviri-bulusturdu-belgeyi-aldi-h23429.html URL adresinin 12.08.2020 tarihli görünümünde yayınlanan “Bor ve Keneviri Buluşturdu, Belgeyi Aldı” başlıklı yazı içinde;

“*Doğrudan satış sektörünün öncü markalarından Medirevo, Tarım Bakanlığı’ndan Takviye Edici Gıda Belgesi almaya hak kazandı. “Medikal Devrim” için piyasaya adımını atan, bor ve kenevir ikilisini bir araya getiren Medirevo, Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket oldu. Alternatif tıpta kullanılmasının yanı sıra, üzerine sayısız makale yazılan ve faydaları saymakla bitmeyen kenevir tohumu yağı ile bor ikilisini bir araya getiren Medirevo markası, bu eşsiz karışımla piyasaya 66 sayıda ürün sunuyor. Medirevo, aynı zamanda dünyada bor ve kenevir tohumu yağını aynı anda beslenme desteği, kozmetik, deterjan ve gıda sektöründe değerlendiren ilk ve tek doğrudan satış firması durumunda. Dünyanın ilk ve tek bor madeni ile kenevir tohumu yağını bir araya getiren marka olma özelliği taşıyan Medirevo, CBD - Tarım Bakanlığı Takviye Edici Gıda Belgesi alan ilk ve tek şirket unvanını aldı*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu yazı içinde, “Medirova Doğrudan Satış Ticaret Anonim Şirketi” adlı kuruluşa yönelik övgü içeren ifadelere yer verildiği, bu kuruluş tarafından sunulan malların nitelikleri hakkında tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkan ifadelerin kullanıldığı, bahsi geçen kuruluşa ait ürün fotoğrafına yer verilmek suretiyle tüketicilerin yönlendirildiği ve bu nedenle anılan kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Sanayi Gazetecilik Mat. Rek. Pro. ve İnt. Hizm. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2021/874**

**Şikayet Edilen: Musa ÖZSOY**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gidadedektifi.com internet sitesinde “Özel İnceleme” adı altında yer alan tanıtımlar

**Reklam/HTU Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde yer alan;

a) https://gidadedektifi.com/2021/01/15/allergo-vitaglucan-tablet/ URL adresinin 15/01/2021 tarihli görünümünde VitaGlucan+ adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

b) https://gidadedektifi.com/2020/07/19/altinkilic-yuksek-proteinli-muz-aromali-kefir/ URL adresinin 19/07/2020 tarihli görünümünde Altınkılıç Proteinli Laktozsuz Kefir (Muz Aromalı) adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

c) https://gidadedektifi.com/2020/10/26/baby-goat-1-nolu-bebek-sutu-0-6-ay/ URL adresinin 26/10/2020 tarihli görünümünde Baby Goat 1 Nolu Bebek Sütü 0-6 Ay adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ç)https://gidadedektifi.com/2020/10/27/baby-goat-1-nolu-zeytinyagli-bebek-sutu-0-6-ay/ URL adresinin 27/10/2020 tarihli görünümünde Baby Goat 1 Nolu Zeytinyağlı Bebek Sütü 0-6 Ay adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

d) https://gidadedektifi.com/2020/11/27/baby-goat-2-nolu-bebek-sutu-6-12-ay/ URL adresinin 27/11/2020 tarihli görünümünde Baby Goat 2 Nolu Bebek Sütü 6-12 Ay adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

e)https://gidadedektifi.com/2020/11/29/baby-goat-2-nolu-zeytinyagli-devam-sutu-6-12-ay/ URL adresinin 29/11/2020 tarihli görünümünde Baby Goat 2 Nolu Zeytinyağlı Devam Sütü 6-12 Ay adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

f) https://gidadedektifi.com/2020/12/28/baby-goat-3-nolu-devam-sutu-1-3-yas/ URL adresinin 28/12/2020 tarihli görünümünde Baby Goat 3 Nolu Devam Sütü 1-3 Yaş adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

g)https://gidadedektifi.com/2020/12/28/baby-goat-3-nolu-zeytinyagli-devam-sutu-1-3-yas/ URL adresinin 28/12/2020 tarihli görünümünde Baby Goat 3 Nolu Zeytinyağlı Devam Sütü 1-3 Yaş adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ğ)https://gidadedektifi.com/2018/07/30/beeo-propolis-ari-sutu-ham-bal-karisimi/ URL adresinin 30/07/2018 tarihli görünümünde Bee’o Propolis Arı Sütü adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

h) https://gidadedektifi.com/2019/03/16/beeo-suda-cozunur-propolis-damla/ URL adresinin 16/03/2019 tarihli görünümünde Bee’o Suda Çözünür Propolis Damla adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ı)https://gidadedektifi.com/2019/04/26/beeo-cocuklar-icin-propolis-ari-sutu-ham-bal-karisimi/ URL adresinin 26/04/2019 tarihli görünümünde Bee’o Çocuklar İçin Propolis Arı Sütü Ham Bal adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

i) https://gidadedektifi.com/2019/05/23/beeo-ari-ekmegi/ URL adresinin 23/05/2019 tarihli görünümünde Bee’o Arı Ekmeği adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

j) https://gidadedektifi.com/2020/06/24/beeo-on-the-go-elma-sirkesi-zerdecal/ URL adresinin 24/06/2020 tarihli görünümünde Bee’o Up On The Go Elma Sirkesi Zerdeçal adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

k) https://gidadedektifi.com/2020/01/13/beeo-on-the-go/ URL adresinin 13/01/2020 tarihli görünümünde Bee’o On The Go adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

l) https://gidadedektifi.com/2020/01/19/beeo-antep-fistikli-propolisli-ham-bal/ URL adresinin 19/01/2020 tarihli görünümünde Bee’o Antep Fıstıklı Propolisli Ham Bal adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

m) https://gidadedektifi.com/2020/03/16/beeo-up-on-the-go-keciboynuzu-propolis-ve-ham-bal-karisimi/ URL adresinin 16/03/2020 tarihli görünümünde Bee’o On The Go Keçiboynuzlu Propolis ve Ham Bal Karışımı adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

n) https://gidadedektifi.com/2020/08/08/beeo-organik-ham-bal/ URL adresinin 08/08/2020 tarihli görünümünde Bee’o Organik Ham Bal adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

o) https://gidadedektifi.com/2019/10/07/beeo-up-kirmizi-ginsengli-ari-sutu-propolis-shot/ URL adresinin 10/07/2020 tarihli görünümünde Bee’o Kırmızı Ginsengli Arı Sütü Propolis Shot adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ö) https://gidadedektifi.com/2020/11/26/beeo-up-propolisli-sprey/ URL adresinin 26/11/2020 tarihli görünümünde Bee’o Up Propolisli Sprey adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

p) https://gidadedektifi.com/2019/12/05/beeo-propolis-keciboynuzu-ham-bal/ URL adresinin 05/12/2020 tarihli görünümünde Bee’o Propolis Keçiboynuzu Ham Bal adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

r) https://gidadedektifi.com/2020/12/10/beeo-polen/ URL adresinin 10/12/2020 tarihli görünümünde Bee’o Polen adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

s) https://gidadedektifi.com/2021/01/17/beeo-kudret-nari-kirmizi-ginseng-propolis-shot/ URL adresinin 17/01/2021 tarihli görünümünde Bee’o Kudret Narı Kırmızı Ginseng Propolis Shot adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ş)https://gidadedektifi.com/2020/12/18/carrefour-bio-uzum-antep-fistigi-cig-findik-kuruyemis-karisimi/ URL adresinin 18/12/2020 tarihli görünümünde Carrefour Bio Üzüm Antep Fıstığı Çiğ Fındık Kuruyemiş Karışımı adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

t) https://gidadedektifi.com/2020/11/19/glimo-dogal-dis-macunlari-alfa-beta-omega/ URL adresinin 19/12/2020 tarihli görünümünde Glimo Omega, Glimo Beta ve Glimo Alfa Diş Macunu adlı ürünlerine ilişkin tanıtımda,

u) https://gidadedektifi.com/2020/10/29/muratbey-taze-kasar-peyniri/ URL adresinin 29/10/2020 tarihli görünümünde Muratbey Taze Kaşar Peyniri adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ü) https://gidadedektifi.com/2020/11/29/muratbey-plus-d-vitaminli-taze-kasar-peyniri/ URL adresinin 29/11/2020 tarihli görünümünde Muratbey Plus D Vitaminli Taze Kaşar Peyniri adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

v) https://gidadedektifi.com/2020/12/13/muratbey-topi-tam-yagli-taze-peynir/ URL adresinin 13/12/2020 tarihli görünümünde Muratbey Topi Tam Yağlı Taze Peynir adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

y) https://gidadedektifi.com/2020/11/24/sambuwell-elderberry-efervesan-surup/ URL adresinin 24/11/2020 tarihli görünümünde Sambuwell Elderberry Efervesan Şurup adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

z) https://gidadedektifi.com/2019/08/28/yayla-siyez-bulgurlu-ezogelin-corbasi/ URL adresinin 28/08/2019 tarihli görünümünde Yayla Siyez Bulgurlu Ezogelin Çorbası adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

aa) https://gidadedektifi.com/2020/05/01/yayla-hazir-yayla-corbasi/ URL adresinin 01/05/2020 tarihli görünümünde Yayla Hazır Yayla Çorbası adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

bb) https://gidadedektifi.com/2019/06/18/yayla-barbunya-pilaki/ URL adresinin 29/01/2021 tarihli görünümünde Yayla Barbunya Pilaki adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

cc) https://gidadedektifi.com/2020/11/17/yayla-yemek-hazir-nohutlu-bulgur-pilavi/ URL adresinin 17/11/2020 tarihli görünümünde Yayla Yemek Hazır Nohutlu Bulgur Pilavı adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

çç) https://gidadedektifi.com/2020/11/25/yayla-siyezli-ezogelin-corbasi/ URL adresinin 25/11/2020 tarihli görünümünde Yayla Siyezli Ezogelin Çorbası adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

dd) https://gidadedektifi.com/2020/12/08/yayla-premium-arabiata-soslu-makarna/ URL adresinin 08/12/2020 tarihli görünümünde Yayla Premium Arabiata Soslu Makarna adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ee) https://gidadedektifi.com/2020/12/22/yayla-yemek-hazir-sebzeli-karabugday-pilavi/ URL adresinin 22/12/2020 tarihli görünümünde Yayla Yemek Hazır Sebzeli Karabuğday Pilavı adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ff) https://gidadedektifi.com/2020/05/17/zuber-kidz-cilekli/ URL adresinin 17/05/2020 tarihli görünümünde Züber Kidz Çilekli adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

gg) https://gidadedektifi.com/2020/06/27/zuber-yer-fistiklikakaolu/ URL adresinin 27/06/2020 tarihli görünümünde Züber Yer Fıstıklı Kakaolu adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ğğ) https://gidadedektifi.com/2020/01/19/zuber-kakaolu-findikli-bar/ URL adresinin 19/01/2020 tarihli

görünümünde Züber Kakaolu Fındıklı Bar adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

hh) https://gidadedektifi.com/2020/04/15/zuber-cilekli-kakaolu/ URL adresinin 15/04/2020 tarihli görünümünde Züber Çilekli Kakaolu Bar adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ıı) https://gidadedektifi.com/2020/05/17/zuber-kidz-cilekli/ URL adresinin 17/05/2020 tarihli görünümünde Züber Kidz Çilekli adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ii) https://gidadedektifi.com/2019/10/09/zuber-kids-muzlu/ URL adresinin 09/10/2020 tarihli görünümünde Züber Kidz Muzlu adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

jj) https://gidadedektifi.com/2019/06/25/zuber-kidz-kakaolu/ URL adresinin 25/06/2020 tarihli görünümünde Züber Kidz Kakaolu adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

kk) https://gidadedektifi.com/2020/10/03/zuber-vanilyali-ve-kakaolu-meyve-tatlisi/ URL adresinin 03/10/2020 tarihli görünümünde Züber Vanilyalı ve Kakaolu Meyve Tatlısı adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

ll) https://gidadedektifi.com/2019/10/29/zuber-kakaolu-protein-bar/ URL adresinin 29/10/2020 tarihli görünümünde Züber Kakaolu Protein Bar adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

mm)https://gidadedektifi.com/2020/11/11/zuber-lokma-findik-kapli-kakaolu-yer-fistigi-ezmeli-meyve-topu/ URL adresinin 11/11/2020 tarihli görünümünde Züber Lokma Fındık Kaplı Kakaolu Yer Fıstığı Ezmeli Meyve Topu adlı ürüne ilişkin tanıtımda,

nn)https://gidadedektifi.com/2020/11/24/zuber-lokma-hindistan-cevizi-kapli-kakaolu-findik-ezmeli-meyve-topu/ URL adresinin 24/11/2020 tarihli görünümünde Züber Lokma Hindistan Cevizi Kaplı Kakaolu Fındık Ezmeli Meyve Topu adlı ürüne ilişkin tanıtım olmak üzere;

www.gidadedektifi.com internet sitesinde yer alan “Özel İnceleme” alanı altında yapılan paylaşımlarda “*Bu yayın bir özel inceleme yayınıdır. Reklam veya tanıtım niteliğinde olmayan özel inceleme yayınlarımız, firmaların talepleri doğrultusunda belirlenen ürünlerin marketlerde/eczanelerde bizzat tespit edilerek incelenmesiyle oluşturulmaktadır. İnceleme metni ve görselleri tarafımızca bağımsız ve tarafsız şekilde hazırlanmaktadır. Gıda Dedektifi web sitesi ve sosyal medya hesaplarında ücretli olarak yayınlanmaktadır*.” şeklinde beyanda bulunulmasına rağmen söz konusu internet sayfası ve sosyal medya paylaşımı üzerinde “reklam”, “editoryal”, “advertorial” vb. reklam içeriği olduğuna ilişkin herhangi bir ifade ve ibareye yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan paylaşımlarda yer alan ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu yazının;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Musa ÖZSOY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2021/809**

**Şikayet Edilen: Duygu ÖZASLAN**

**Şikayet Edilen Reklam**: Şahsa ait Instagram hesabından yapılan "Elidor", “Loreal” ve “Mercedes” markalarının örtülü reklamı

**Reklam Yayın Tarihi**: Şubat-Mart 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait "duyguozaslan" isimli 2 milyon takipçisi bulunan Instagram hesabında;

28.02.2021 tarihinde "hikaye" kısmında yapılan bir paylaşımda "@kleoco" etiketine ve ürün görseline yer verildiği, aynı şekilde, 07.03.2021 tarihli hikaye paylaşımlarında; “@godivatürkiye" ve "@miumiu" markalarına ait ürünlere,

05.03.2021 tarihli "reels" paylaşımında *" Buharın gücünü keşfetmeye hazır mısınız? Steampod 3.0'ın ileri buhar teknolojisi sayesinde saçlarım hiç yıpranmadan düz de dalgalı da hızlıca yapabiliyorum. #steampod #buharıngücü #lorealproffesional"* ifadelerine,

01.03.2021 tarihli gönderide ise; *" wow it's been a ride diyebilir miyiz? 2013'ten beri kendi yolumdan hiç şaşmadan buralardayım, yollardayım. Benim en sevdiği şey kim ne düşünür demeden kafama göre, kendi gücümle yola çıkmak. Yolda olmak. babygirl ile @mercedesbenzturkiye yolculuğumuzun sonuna gelmiş bulunuyoruz. Teşekkür ederim #Aserisi #Sedan"*  ifadelerine,

26.02.2021 tarihli "reels" paylaşımında; "*ben Elidor'un bugüne kadarki en iyi karışımı yeni Superblend ile tanıştım. Peki siz saçınızın ihtiyacı olan vitamin, protein ve yağları içeren @elidorturkey Superblend ile tanışmaya hazır mısınız?"*  ifadelerine

herhangi bir reklam ibaresi bulunmadan yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, 13.04.2021 tarihi itibariyle 2 milyon takipçisi bulunan şahsa ait "duyguozaslan" isimli Instagram hesabında takipçilerini "etkilemek" amacıyla yapmış olduğu paylaşımlarda; “Loreal”, “Mercedes”, “Elidor” markalarıyla aralarında reklam anlaşması olduğu halde işbirliği yapıldığına dair bilgilendirme yapılmadığı, böylece açıkça reklam olduğunun anlaşılmadığı, herhangi bir reklam ibaresi olmadan takipçilerini "Loreal Steampod” isimli ürüne yönlendirmek suretiyle "Loreal" markasının örtülü reklamının yapıldığı, "Mercedes" markasına yönlendirmek suretiyle "Mercedes" markasının örtülü reklamının yapıldığı, "Elidor Superblend" isimli ürüne yönlendirmek suretiyle "Elidor" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 22, 23 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2021/1220**

**Şikayet Edilen: Demirören Yayıncılık ve Gazetecilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: "Posta" gazetesinin 15.02.2021 tarihli basılı nüshasında yayınlanan *"45 bin kişi FonMatik Robo yu tercih etti"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi**: 15.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: “**Posta" gazetesinin 15.02.2021 tarihli basılı nüshasında yayınlanan "*45 bin kişi FonMatik Roboyu tercih etti"* başlıklı yazı içerisinde; "*Anadolu Hayat Emeklilik, 2020 yılını değerlendirmek ve 2021 yılı beklentilerini paylaşmak üzere online bir basın toplantısı düzenledi. Toplantıya, Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Yılmaz Ertürkün "robotlar tarafından yönetilen varlıklar" ve Anadolu Hayat Emeklilik’in 2019 yılında müşterilerine yönelik sunduğu ve sektördeki ilk bireysel emeklilik fon robotu olan "FonMatik ROBO" hakkındaki açıklamaları damga vurdu. FonMatik ROBO’ya emanet edilen fon büyüklüğünün şirketin gönüllü BES toplam fon büyüklüğündeki payının yüzde 7.1e ulaştığını belirten ERTÜRK, " hER 100TLnin 7TLsini FonMatik ROBO yönetiyor. " dedi. 2020 yıl sonu itibariyle 45 bin müşterinin tercihi FonMatik ROBO tarafından yönetilen fon büyüklüğünün 1.8 milyar TL seviyesinde olduğunu vurgulayan Ertürk, FonMatik Roboyu tercih eden katılımcıların ortalama getirilerinin de diğer katılımcıların getirilerinden yüksek olduğuna dikkat çekti. Anadolu Hayat Emeklilikin pandemi etkisindeki 2020 yılı gibi zorlu bir dönemde başarılı sonuçlar elde ettiğini vurgulayan Ertürk; "Yılı gönüllü ve otomatik katılım toplamından oluşan BES fon büyüklüğünde özel emeklilik şirketleri arasında ilk sırada tamamladık. Şirketimizin fon büyüklüğü yüzde 33.1 artışla 30.5 milyar TLyi; katılımcı sayısı ile yüzde 5.9 artışla 1.9 milyon kişiyi aştı. Hayat sigortalarında ise 1.7 milyar TL tutarındaki prim üretimi ile sektör ortalamasının üzerinde büyüdük." dedi."* İfadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, **“**Posta" gazetesinin 15.02.2021 tarihli basılı nüshasında yayınlanan "*45 bin kişi FonMatik Roboyu tercih etti"* başlıklı yazı içeriğinde Anadolu Hayat Emeklilik'in genel müdürü tarafından yapılan 2020 yılı genel değerlendirmesini içeren açıklamaya doğrudan yer verildiği, Fonmatik Robo isimli hizmete ilişkin bir yönlendirme yapılmadığı, dolayısıyla firmanın örtülü reklamının yapılmadığı anlaşılmış olup anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2021/808**

**Şikayet Edilen: Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan *"Başak Ticaret’ten Derin Dondurucu Fırsatı"* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinin 18.02.2021 tarihli görünümünde yayınlanan "Başak Ticaret'ten derin dondurucu fırsatı" başlıklı yazı içerisinde; *“Yaklaşan Kurban Bayramı dolayısı ile birçok üründe indirime imza atan Başak Ticaret, şaşırtıcı fiyatlarla satışa sunduğu Arçelik derin dondurucularla tüketicinin yüzünü bir kez daha güldürdü. Başak Ticaret Arçelik Silivri Bayi, bu fiyata bu kalite olmaz diyeceğiniz yeni bir kampanya ile karşınızda. Kurban Bayramı'nda ortaya çıkan tüketim fazlası etler için Arçelik'in son derece ekonomik, ergonomik ve çevreci derin dondurucu önerileri var. Arçelik, tüm derin dondurucularını 599 TL'den başlayan fiyatlarla satışa sunuyor. Başlattıkları derin dondurucu kampanyası hakkında konuşan Arçelik Mağaza sahibi Nazmi Sakarya, “Derin dondurucularda bu yıl güzel kampanyalarımız var. Normalde yaz mevsiminde ürün zaten satıldığı için fiyata pek dokunulmaz ama biz tam tersi bir mantıkla fiyatları aşağı çektik. Yıllardır Arçelik ve Başak Ticaret'in marka güvencesi altında müşterilerimize ulaşabilecekleri fiyatlarla ürünlerimizi sunmaya çalışıyoruz. Dışarıdan x bir markadan alabilecekleri fiyatlara biz Arçelik ürünlerini sunuyoruz. Kredi kartlarına peşin fiyatına 12 taksit yapabiliyoruz, 48 aya kadar vadelendirebilen sistemlerimiz var. Müşterimiz nasıl istiyorsa her türlü ödeme kolaylığını sunuyoruz” diye konuştu.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.silivrihurhaber.com adresli internet sitesinde yayınlanan "Başak Ticaret’ten Derin Dondurucu Fırsatı" başlıklı yazı içerisinde, Silivri’de faaliyet gösteren Arçelik bayisi “Başak Ticaret” adlı firma tarafından satışı gerçekleştirilen "Arçelik" markalı derin dondurucu ürünlerine ilişkin düzenlenen indirim kampanyasında yer alan indirimli satış fiyatları, kampanya koşulları gibi tüketicileri yönlendiren ifadelere ve ürün fotoğraflarına yer verilerek tüketicilerin yönlendirildiği; bu nedenle, Başak Ticaret'ten derin dondurucu fırsatı" başlıklı yazı içerisinde, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Başak Ticaret" adlı firmanın örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu yazının;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 22 ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,mecra kuruluşu **Hürhaber Medya Matbaa Reklam Organizasyon Dağıtım Pazarlama ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2021/835**

**Şikayet Edilen: Egemen Koray Beyli MBO Danışmanlık Reklam ve Ticaret Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.instagram.com/p/CKehiqHjYxE/* URL uzantılı internet sitesinde yayınlanan paylaşım.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.instagram.com/p/CKehiqHjYxE/*URL uzantılı internet sitesinde *“Balık Yağında Fayda Fiyat Hesabı!”* başlığı ile *“*Möller’s” ve “Easy Fish Oil” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki balık yağlarının içerik ve fiyatlarının karşılaştırılmasının yapıldığı ve açıklama kısmında *“Tüketici olarak en doğru fiyata en iyi içerikteki ürüne sahip olmak hepimizin hakkı olduğuna göre,…”* ifadesinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 13.04.2021 tarihli ve 308 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Metin içerisinde yer verilen *“Tüketici olarak en doğru fiyata en iyi içerikteki ürüne sahip olmak hepimizin hakkı olduğuna göre…”* ifadesinin “Möllers Omega 3” markası ile piyasaya arz edilen takviye edici gıda mahiyetindeki balık yağı ürünün nitelikleri hakkında tüketicilerin aydınlanma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ile haber verme amacının dışına çıktığı, tüketicileri söz konusu ürüne yönlendirici nitelikte olduğu, inceleme konusu paylaşımın reklam olduğuna ilişkin herhangi ifadeye yer verilmediği, dolayısıyla 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-a, 22/1, 22/2 ve 23/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61/4 ve 61/7 maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Egemen Koray Beyli MBO Danışmanlık Reklam ve Ticaret Hizmetleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2018/2929**

**Şikayet Edilen: SDN Bilişim İnternet Yay. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.shiftdelete.net adresli internet sitesinde ve ilgili şirkete ait Youtube kanalında yayınlanan *"*500 TL ile neler alınabilir? - Tolga ve Kaan sepeti doldurma yarışında*"* başlıklı video

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.07.2018

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu şirkete ait Youtube kanalında (ve ayrıca https://shiftdelete.net/500-tl-ile-neler-alinabilir adresli internet sayfasında) 22.07.2018 tarihinde yayınlanan ve halen erişilebilen *"*500 TL ile neler alınabilir? - Tolga ve Kaan sepeti doldurma yarışında*"* başlıklı videoya ait açıklama metninde;

*"500 TL ile neler alınabilir? Tolga ve Kaan, her ikisinde de bulunan 500 TL bütçe ile MediaMarkt mağazasında alışverişe çıktı. Girdikleri iddia ise oldukça eğlenceli! 500 TL ile bütçeyi kim daha iyi kullanacak? Sorunun cevabı videomuzda!*

*Elindeki parayı kim daha iyi kullanacak? Tolga ve Kaan, birbirlerinin ne aldıklarına bakmadan, alışveriş sepetlerini ellerine aldılar ve Mediamarkt mağazasında 500 TL bütçe ile alışverişe çıktılar. Alışverişin sonunda ise, satın aldıkları ürünleri birbirlerine gösterdiler. Ortaya çıkan görüntüler ise oldukça eğlenceliydi. Bu keyifli dakikaları kayıt altına aldık ve sizler için eğlenceli bir Vlog hazırladık. Alışverişin sonunda ise kimin daha güzel bir alışveriş yaptığının kararını sizlere bırakıyoruz. Bir tarafta, indirim avcısı Tolga, diğer tarafta ise, ne lazımsa onu alırım diyen Kaan! Sizler, kimin yaptığı alışverişi daha çok beğendiniz? Yorumlarınızı bekliyoruz!"*

şeklinde ifadelere yer verildiği,

İnceleme konusu videoda ise, bahsi geçen yarışın Media Markt mağazasında gerçekleştirildiğinin belirtildiği, anılan teknoloji mağazasına ait logo ve tabelaların sürekli olarak ekrana yansıdığı ve zaman zaman ön plana çıkarıldığı, mağaza içi materyaller üzerinde firma logosunun sık sık görüldüğü, videonun bir bölümünde "*Birçok şey aldım ama hala param bitmedi... Dünyaları aldık, kampanyaları ve indirimleri takip edeceksin...*" şeklinde mağaza fiyatlarını övücü ifadelere yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımızca yapılan inceleme esnasında https://shiftdelete.net/500-tl-ile-neler-alinabilir adresli internet sitesi ile şirkete ait Youtube sayfasında yer alan video başlığında "sponsorlu içerik" ibaresinin yer almadığı, daha sonra Bakanlığımız yazısı üzerine bu ibarenin eklendiğinin görüldüğü, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 32. maddesi uyarınca Yönetmeliğe uygun olmayan reklamın veya ticari uygulamanın daha sonra düzeltilmesi veya telafi edilmesinin reklam verenin veya ticari uygulamada bulunanın, tespit edilen aykırılığa ilişkin sorumluluğunu ortadan kaldırmayacağı, böylelikle anılan videoda Media Markt isimli teknoloji firmasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların örtülü reklam yönüyle;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **SDN Bilişim İnternet Yay. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2020/1543**

**Şikayet Edilen: MN Yazılım Medya Bil. Bas. Yay. Rek. İç ve Dış Tic. A.Ş**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.memurlar.net adresli internet sitesinde yayınlanan *"Mutlaka okunması gereken kitaplar"* başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu www.memurlar.net adresli internet sitesinde 17.12.2019 tarihinde, haber dizini arasında *"Mutlaka okunması gereken kitaplar"* başlıklı, haber görünümünde bir içerik yayınlandığı, ancak anılan içeriğe tıklandığında tüketicilerin www.kitapsec.com adresli internet sitesine yönlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, kitap önerileri ile ilgili bir içerik okuyacağı düşüncesiyle *"Mutlaka okunması gereken kitaplar"* başlıklı habere tıklayan tüketicilerin, kitap satışı yapılan ticari bir internet sitesine yönlendirildiği, anılan içeriğin reklam olduğuna dair "reklamdır, ilandır, sponsorlu vb." bir ifadeye yer verilmediği, böylelikle reklamların ayırt edilmesi ile ilgili Yönetmelik hükmünün ihlal edildiği ve www.kitapsec.com adresli internet sitesinin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların örtülü reklam yönüyle;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 22/1, 22/2, 23/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **MN Yazılım Medya Bil. Bas. Yay. Rek. İç ve Dış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2020/5216**

**Şikayet Edilen: Megabirlik Tv Radyo Reklam Prodüksiyon Yayın Ticaret ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.youtube.com/watch?v=6QqxL4Nza7s&feature=youtu.be URL uzantılı internet sayfasında yer alan Vacrol Damla ve Vacrol Kapsül isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Tv, İnternet

**Tespitler**: https://www.youtube.com/watch?v=6QqxL4Nza7s&feature=youtu.be internet adresinde ve Kanal 3 isimli televizyon kanalının 29.10.2020 tarihli Özel Gündem isimli yayınında Vacrol Damla ve Vacrol Kapsül isimli ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: https://www.youtube.com/watch?v=6QqxL4Nza7s&feature=youtu.be internet sitesinde ve Kanal 3 isimli televizyon kanalının 29.10.2020 tarihli Özel Gündem isimli yayınında Vacrol Damla ve Vacrol Kapsül isimli ürünlere ilişkin tüketicileri yönlendiren ifadelere ve ürün görsellerine yer verildiği; bu nedenle, inceleme konusu yayında ve internet adresinde, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Vacrol" markalı gıda takviyelerinin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla anılan yayında ve internet adresinde yapılan tanıtımların,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 6/4, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 23/1-a-b-c maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61/1, 61/2, 61/3, 61/4, 61/7 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Megabirlik Tv Radyo Reklam Prodüksiyon Yayın Ticaret ve Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**16)**

**Dosya No: 2020/3329**

**Şikayet Edilen: Akbank T.A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tüketiciye gönderilen *“Değerli Müşterimiz, Taşıt kredisi ihtiyacınızda Akbank’ı tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz.”*başlıklı e-postada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: 27.11.2020 tarihinde Akbank T.A.Ş. tarafından tüketiciye gönderilen e-postada *“Değerli Müşterimiz, Taşıt kredisi ihtiyacınızda Akbank’ı tercih ettiğiniz için teşekkür ederiz. Ödeme planı detay bilgileri 27.11.2020 Kredi tutarı: 65.000 TL, Taksit sayısı: 48, Aylık faiz oranı: 1,31 (…) Kredi tutarı ve taksit sayısı sizden alınan bilgiler doğrultusunda belirlenmiştir. Aylık Faiz Oranı ile Ücretler teklifin hazırlandığı tarihte geçerli değerleri yansıtmaktadır. Kredi kullandırımı esnasında Akbank’ın güncel Aylık Faiz Oranı ile Ücretleri esas alınacaktır. (…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, anılan tanıtımlarda vaat edilen 1,31’lik faiz oranının teklifin hazırlandığı tarihte geçerli değeri yansıttığı, kredi kullanımı esnasında Akbank’ın güncel aylık faiz oranı ile ücretlerinin esas alınarak işlem yapılacağı bilgisinin bahsi geçen reklamlarda yer aldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**17)**

**Dosya No: 2020/1768**

**Şikayet Edilen: Turan ŞİMŞEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/zarufpremiumofficial/?hl=tradresli internet sayfalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com/zarufpremiumofficial/?hl=tr adresli zarufpremiumofficial hesap adlı internet sayfasının 17.12.2020 tarihli görünümünde;

"Zaruf Premium" ürününe yönelik olarak; "30 Seansta: Sivilce, Akne Ve Lekeleri Giderir. İlk Kullanımdan itibaren Etki Gösterir. ZarufAgvA Kullanılan Bölgede Lekele Sivilce, Siyah Nokta Oluşumunu Engeller Ve patentli Aktif İçeriği Sayesinde Kullanıcılarına Kalıcı Bir Çözüm Sunar.(...) İlk kullanımdan İtibaren Sivilce, Akne Ve Lekeleri Giderir. Serum Kullanılan Bölgede Lekele Sivilce, Siyah Nokta Oluşumunu Engeller Ve Patentli Aktif İçeriği Sayesinde Kullanıcılarına Kalıcı Bir Çözüm Sunar. " "*Sağlık Bakanlığı Onaylı*" şeklinde ifadelere ve öncesi sonrası görüntülere yer verildiği,

 "%100 Bitkisel Formül" şeklindeki ifadenin doğruluğunun ispatlanması gerektiği tespit edilmiştir.

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

"%100 Bitkisel Formül" şeklindeki ifadelerin doğruluğunun ispatlanmadığı,

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde "Sağlık Bakanlığı Onaylı" ifadesine yer verilerek söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Turan ŞİMŞEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2021/123**

**Şikayet Edilen: Erdoğan TÜGEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com/magaza/jovanparfumeri adresli internet sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com/magaza/jovanparfumeri adresli internet sitesinde jovanparfumeri mağaza adıyla satışa sunulan urun.n11.com/sac-boyasi/natura-balance-natural-amonyaksiz-organik-sac-boyasi-tum-renkler-P319881254 adresli internet sayfasının 28.01.2021 tarihli görünümünde; "Natura Balance Saç Boyası " ürününün tanıtımlarındaki; "Natural Amonyaksız Organik Saç Boyası" şeklindeki ifadelerin doğruluğunun ispatlanması gerektiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.n11.com adresli internet sitesinde jovanparfumeri mağaza adıyla satışa sunulan urun.n11.com/sac-boyasi/natura-balance-natural-amonyaksiz-organik-sac-boyasi-tum-renkler-P319881254 adresli internet sayfasının 28.01.2021 tarihli görünümünde; "Natura Balance Saç Boyası" ürününün tanıtımlarındaki; "Natural Amonyaksız Organik Saç Boyası" şeklindeki ifadelerin doğruluğunun ispatına ilişkin bilgi ve belge gönderilmediği 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, 11, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Erdoğan TÜGEN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2021/454**

**Murat ÜNLÜ’**ye ait www.trendyol.com/ adresli internet sayfasında Murat Ünlü mağaza adıyla yapılan tanıtımlar hakkındaki 2021/454 no’lu dosya ile ilgili görüşme ve değerlendirmelerin **ertelenmesine** karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2021/685**

**Şikayet Edilen: Sante İlaç Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** santeplustr.com/ adresli internet sayfasında ve diğer e-ticaret sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://santeplustr.com/ adresli internet sayfasının 16.02.2021 tarihli görünümünde;

"Biteraphie Leke Kremi" ürününe yönelik olarak "Çil lekeleri, sivilce lekesi, hamilelik lekesi, güneş lekesi, yaşlılık lekeleri, yara lekesi vb. lekelerin yok olmasını sağlar", "Cilt lekeleri yok olur", "...melanin oluşumunu engeller", "....kahverengi lekeler ve sivilce izleri yok olur" şeklinde ifadelere ve leke giderdiğini ima eden görsellere;

"Sante Plus Acnex Akne Kurutucu Krem" ürününe yönelik olarak "aknelerin kurumasını sağlar,", "...antipatojenik etkisi", Gözeneklerin elastikiyetini arttırır ve sivilce oluşumunu engeller. "sivilce lekelerinin giderilmesini sağlar. "...hücre metabolizması zararlı tepkimelerden korunur", "...kan akışının rahatlamasını ve hücre yaşam döngüsünün düzenli olmasını sağlar.", "...ciltteki zararlı mikropların yok edilmesi sağlanır", "Kollojen üretiminini arttırarak..." şeklinde ifadelere ve sivilce giderdiğini ima eden görsellere,

 "Sante Plus Cilt Beyazlatıcı Krem" ürününe yönelik olarak "Melanin oluşumunu inhibe eder", "Yeni hücre oluşumunu destekler", "Cilt DNA onarımına katkı sağlayarak" " Cilt onarımı ve Beyazlatma" "Cildinizde oluşmuş fazla melanini engelleyerek cildinizi onarır ve cilt renginizi 5-10 tona kadar açar" şeklinde;

"4V Saç Dökülmesi İçin Şampuan" ürününe yönelik olarak, "Saç oluşumunu destekler", "Düzenli kullanımda saç oluşumu sağlar", "Yeni saç oluşumu sağlar"  **"**Saç dökülmesini durdurur.**"** şeklinde;

"Dermatit Egzama Şampuanı" ürününe yönelik olarak "Dermatit Egzama... Saç Derinizi Onararak Pullanma ve Kaşıntıyı Geçirir. Kalıcı Törapatik Etki Sağlar. Saç Derisinde Pullanma. Sedef ve Dermatit. Saç Dökülmesi Yağlı Egzama." şeklinde,

"Scab Forte Cilt Losyonu" ürününe yönelik olarak "Cildinizdeki uyuz paraziti...temizler", "Paraziti yok eder" şeklinde,

"Sakal Serumu" ürününe yönelik olarak "Yeni sakal oluşumu sağlar" şeklinde;

"Botolifting Kırışıklık Kremi" ürününe yönelik olarak "Kırışıklıklarınızı 3 günde gidermeye başlar", Cildinizdeki Kırışıklıkları Gidererek Açar ve Giderilmesini Sağlar." Cildinizdeki Kaz Ayağı Kırışıklıklarını, Alnınızda Oluşan Kırışıklıkları Giderir....kritik proteinler olan Lumican, Syndecan-1, Kollajen I ve Kollajen XVII’nin cildin kendi üretimini teşvik etmektedir", Bütün bunlara artı olarak cildinizin kendi hyaluronik asit ve kritik proteinlerini üretmeye teşvik ediyor olması..."şeklinde;

"Anti-Loss Booster Forte" ürününe yönelik olarak "Saç oluşumu sağlar", "Yeni saç çıkmasını sağlar", "Sac tellerini kalınlaştırır...", "Doğal olarak hücreleri harekete geçirdiği için çıkan saclar kalıcıdır” şeklinde; ifadelere yer verildiği;

trendyol.com ve n11.com gibi muhtelif e-ticaret sitelerinde ürünlerin tanıtımlarında aynı ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci, 7 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**21)**

**Dosya No: 2021/689**

**Şikayet Edilen: Destek Kozmetik ve Kimya San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.biosy.com.tr/ adresinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.biosy.com.tr/ adresinde *“Biosy Kolonyaları****”*** isimli ürüne ilişkin olarak 12.01.2021 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;

*“Türkiye'de virüs üzerinde test yapmaya tek yetkili kurum olan Yeditepe Üniversitesi tarafından Biosy Kolonyalarının Coronavirüsün bir türü olan bovine coronavirüsü 1 dakikadan az sürede %99,68 oranında yok ettiği bilimsel olarak kanıtlanmıştır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda ürünün Coronavirüsü yok ettiğine yönelik ifadeler ile ürünün biyosidal etki gösterdiğinin iddia edildiği, bilindiği üzere biyosidal ürünlerin virüs, bakteri, mikrop gibi zararlı organizmaları yok etmek, etkisiz hale getirmek veya uzaklaştırmak amacı ile kullanılan ürünler olduğu, diğer taraftan biyosidal ürünlerin insan sağlığına zararlı olabilecek içeriklerinden dolayı ilgili mevzuatları gereği güvenli kullanımına yönelik etiketleme ve tanıtım yapılması gerektiği, bu bağlamda tanıtımı yapılan ürün, ilgili mevzuatı gereği biyosidal ürün ruhsatı bulunan bir ürün ise; tanıtımlar ile söz konusu ürünün özel olarak Coronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının tüketiciler nezdinde yanıltıcı olacağı ve söz konusu ürünün hastalıktan korunma amaçlı aşırı kullanımına yol açacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Destek Kozmetik ve Kimya San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2021/901**

**Şikayet Edilen: ERUSLU SAĞLIK ÜRÜNLERİ SAN. TİC. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli e-ticaret sitesinde Sleepy mağaza adıyla satışı yapılan 750li ıslak bebek havlusu ürün tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com/ adresli internet sitesinde **Sleepy** mağaza adıyla satışa sunulan Sleepy Islak Bebek Havlusu ürününe ilişkin 15.11.2020 tarihinde yapılan tanıtımlarda, her ne kadar teknik bir hata nedeniyle ürüne ilişkin indirim oranı ve indirimli fiyatlar üzerinden tüketicilere satışa sunulduğu belirtilmiş olsa da satışı yapılan ürünlerin belirtilen fiyatlar üzerinden tüketicilere teslim edilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.n11.com/ adresli internet sitesinde Sleepy mağaza adıyla satışa sunulan Sleepy Islak Bebek Havlusu ürününe ilişkin 15.11.2020 tarihinde yapılan tanıtımlarda, her ne kadar teknik bir hata nedeniyle ürüne ilişkin indirim oranı ve indirimli fiyatlar üzerinden tüketicilere satışa sunulduğu belirtilmiş olsa da satışı yapılan ürünlerin belirtilen fiyatlar üzerinden tüketicilere teslim edilmediği 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, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **ERUSLU SAĞLIK ÜRÜNLERİ SAN. TİC. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2021/1109**

**Şikayet Edilen: Musa POLAT**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.trendyol.com/ adlı internet sitesinde Ne Lazımsa Bak mağaza adıyla 16.12.2020 tarihinde satışa sunulan Sleepy Natural Bebek Bezi ürünü tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** : www.trendyol.com/ adlı internet sitesinde Ne Lazımsa Bak mağaza adıyla 16.12.2020 tarihinde satışa sunulan Sleepy Natural Bebek Bezi ürününe ilişkin 16.12.2020 tarihinde yapılan tanıtımlarda, ürünün satış fiyatının 130.00-TL olduğu, ürünün teslim tarihinin 17-22 Aralık olarak belirlendiği 437922508 sipariş numarasıyla satın alan tüketicinin 15 gün sonra siparişinin iptal edilerek söz konusu ürünün tüketiciye gönderilmediği tüketicinin gönderdiği belgelerden tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.trendyol.com/ adlı internet sitesinde Ne Lazımsa Bak mağaza adıyla 16.12.2020 tarihinde satışa sunulan Sleepy Natural Bebek Bezi ürününe ilişkin 16.12.2020 tarihinde yapılan tanıtımlarda, ürünün satış fiyatının 130.00-TL olduğu, ürünün teslim tarihinin 17-22 Aralık olarak belirlendiği 437922508 sipariş numarasıyla satın alan tüketicinin 15 gün sonra siparişinin iptal edilerek söz konusu ürünün tüketiciye gönderilmediği 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, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Musa POLAT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2020/2693**

**Şikayet Edilen: İnova İnteraktif Telemarket San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.snorezz-tr.com adresli internet sitesinde yer alan ‘Snorezz’ isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://snorezz-tr.com/ adresli internet sitesinin 20.01.2021 tarihli görünümünde yer alan ‘Snorezz’ isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *‘…horlamanıza anında son verebilirsiniz…horlamayı bitirmeye…Snorezz ilk kullanımdan itibaren solunum yollarını açmaya ve horlamayı bitirmeye yardımcı spreydir…nefes kanallarına sinüslere direkt etki ederek horlamayı sonlandırmaya yardımcıdır…’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ile anılan ürünün sadece kozmetik amaçlı değil, tedavi amaçlı “tıbbi bir ürün” olduğu izleniminin oluşturulduğu, böylece kozmetik ürün tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadelerin kullanıldığı; şayet bu ürün reklamda belirtilen etkilere sahip ise, o halde bu ürünün “kozmetik ürün” olarak değil “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, bu durumda da anılan ürünün ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olacağı; dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata her halükarda aykırı olduğu; bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde yanıltıcı sağlık beyanlarına yer vermek suretiyle, anılan ürüne tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken belirli rahatsızlıkların söz konusu ürün ile önlendiği, tedavi edildiği ya da tedavisine yardımcı olunduğu şeklinde iddialara yer vermek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6, 7/a, 7/b ve 7/c maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İnova İnteraktif Telemarket San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2019/12081**

**Şikayet Edilen: PRS Kozmetik San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Procsin Phytolastil Cream&Çatlak Kremi isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Procsin Phytolastil Cream & Çatlak Kremi” isimli ürüne ilişkin 2019 tarihli ambalajlarda; *“Çatlak Gidermede Etkin HST Formülasyonu & Gebelik Obezite Hızlı Büyüme* *Kaynaklı Çatlaklarda Etkili.”* İfadelerine,

“Procsin Phytolastil Cream & Çatlak Kremi” isimli ürüne ilişkin 2019 tarihli ambalajların ön yüzünde; *“Çatlak Gidermede Etkin HST Formülasyonu & Gebelik Obezite Hızlı* *Büyüme Kaynaklı Çatlaklarda Etkili.”* ifadelerine, arka yüzünde *"Cilt aşırı derecede basınçla* *karşılaştığında yıpranır, kolajen yapısı bozulur ve çatlaklar ortaya çıkar. Uzmanlar çatlaklara* *büyüme çağındakie genç kızlarda, gebelerde, önemli kilo değişimi yaşayanlarda, obezite, hızlı* *büyüme, sık kilo alıp verme gibi durumların neden olduğunu söylemektedirler. Procsin HST Çatlak* *Kremi klinik test çalışmaları sonucunda cildin kolajen yapısını düzenleyerek kaybolan elastikliğini* *tekrar kazanılmasına böylelikle çatlakların giderilmesine ve (...) yardımcı olduğu tespit edilmiştir.* *(...)"* ifadelerine,

Procsin Phytolastil Cream & Çatlak Kremi”isimli ürüne ilişkin 2019 tarihli ambalajların arka yüzünde *"(...) cildin sıkılaşmasına yardımcı olduğu tespit edilmiştir.* *Sıkı bir görünüm elde etmenize düz ve pürüzsüz bir görünüme kavuşmanıza yardımcı olur"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Procsin Phytolastil Cream & Çatlak Kremi” isimli ürüne ilişkin 2019 tarihli ambalajlarda; *“Çatlak Gidermede Etkin HST Formülasyonu & Gebelik Obezite Hızlı Büyüme* *Kaynaklı Çatlaklarda Etkili.”* ifadelerine yer verildiği,

Ancak tanıtımı yapılan ürünün Ales Groupe İstanbul Kozmetik Ürünleri Tic. Ltd. Şti. unvanlı firma tarafından üretildiği ve üretici firma tarafından söz konusu ürüne ilişkin olarak Sağlık Bakanlığı Tıbbi Cihaz Kurumu tarafından verilen Bildirim Kayıt Belgesi’nin mevcut olduğu, diğer taraftan yine üretici firma tarafından “Phytolastil” ve "Lierac Phytolastil" markalarının 2013 yılından bu yana Türk Patent Enstitüsü nezdinde tescil edildiği, bu nedenle “Procsin Phytolastil Cream & Çatlak Kremi” isimli ürüne ilişkin olarak PRS Kozmetik San. Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait ambalajlarda, üretici firma ile aralarında yapılmış marka kullanma, bayilik vb bir yetkilendirme sözleşmesi olmadan “Phytolastil” markası ile tanıtım yapılmasının ve üretici firmaya ait Bildirim Kayıt Belgesinin kullanılmasının hukuka aykırı, haksız rekabet yaratıcı ve tüketicileri yanıltıcı olacağı,

Diğer yandan, “Procsin Phytolastil Cream & Çatlak Kremi” isimli ürüne ilişkin 2019 tarihli ambalajların ön yüzünde; *“Çatlak Gidermede Etkin HST Formülasyonu & Gebelik Obezite Hızlı* *Büyüme Kaynaklı Çatlaklarda Etkili.”* ifadelerine, arka yüzünde *"Cilt aşırı derecede basınçla* *karşılaştığında yıpranır, kolajen yapısı bozulur ve çatlaklar ortaya çıkar. Uzmanlar çatlaklara* *büyüme çağındakie genç kızlarda, gebelerde, önemli kilo değişimi yaşayanlarda, obezite, hızlı* *büyüme, sık kilo alıp verme gibi durumların neden olduğunu söylemektedirler. Procsin HST Çatlak* *Kremi klinik test çalışmaları sonucunda cildin kolajen yapısını düzenleyerek kaybolan elastikliğini* *tekrar kazanılmasına böylelikle çatlakların giderilmesine ve (...) yardımcı olduğu tespit edilmiştir.* *(...)"* 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 tedaviye yönelik ve endikasyon belirten altı çizili ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların ve altı çizili ürün isimlerinin mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte “Procsin Phytolastil Cream & Çatlak Kremi” isimli ürüne ilişkin 2019 tarihli ambalajların arka yüzünde yer alan *"(...) cildin sıkılaşmasına yardımcı olduğu tespit edilmiştir.* *Sıkı bir görünüm elde etmenize düz ve pürüzsüz bir görünüme kavuşmanıza yardımcı olur"* ifadelerinin doğruluğunun bilimsel verilerle ispatlanamadığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 ve 7 nci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7, 9, 11, 12, 16, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**26)**

**Dosya No: 2020/1353**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** “Molped Pure & Soft” isimli hijyenik ped ambalajında ve reklam filminde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019,2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Televizyon

**Tespitler:** Molped Pure & Soft” isimli hijyenik pedin ürün ambalajında pamuk bitkilerine, Molped Pure & Soft günlük pedin ürün ambalajında pamuk bitkilerinin yanı sıra *“Doğal Pamuk Özlü”* ifadesine ve www.molped.com.tr/portfolio/pure-soft/ URL adresinde yer alan tanıtımlarda *“Pamuksu Yumuşaklık”* ifadesine yer verildiği; ürün ambalajında ve reklam filmi alt yazısında ürünün pamuk içermediğinin belirtildiği, bununla birlikte ürün ambalajlarında “Cilt Dostu, %0 Boya-Paraben-Klor-Naylon, %100 Yumuşaklık, Doğal Pamuk Özlü, pH dengeli” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Molped Pure & Soft” isimli hijyenik ped ürününün içeriğinde pamuk hammaddesinin bulunmamasına ve ürün ambalajlarının arka kısmında ve reklam filmi alt yazısında ürünün pamuk içermediğinin belirtilmesine rağmen ürüne ilişkin ambalaj görselinde pamuk bitkilerine yer verilmesi ve 04.10.2019 tarihinde yayınlanan reklam filminde söz konusu ürünlerin pamuk tarlasında, pamuk bitkilerinin üzerinde gösterilmesinin tüketiciler nezdinde ürünlerin pamuk içerdiği şeklinde izlenim oluşturduğu dolayısıyla bu durumun tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**27)**

**Dosya No: 2020/2472**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Migros Sanal Market isimli internet sitesinde satışa sunulan ürünlerin siparişine ilişkin yapılan uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Migros Sanal Market internet sitesi üzerinden başvuru sahibi tüketicinin 14.09.2020 tarihinde 25 er adet Activex (Aktif 1 Litre) ve Activex (Hassas/1 Litre) sıvı sabun ürünlerini birim fiyatı 8,40 TL üzerinden sipariş verdiği, 16.09.2020 tarihinde tüketicinin Migros tarafından telefonla aranarak siparişin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Migros Sanal Market mesafeli satış sözleşmesinde sanal market hizmetinin sadece perakende satışa ve nihai kullanıma yönelik olduğu, toptan satış yapılamayacağı düzenlenmiş olmasına rağmen, sanal market sistemi üzerinden 14.09.2020 tarihinde, başvuru sahibi tüketiciye 50 adet sıvı sabun seçme ve satın alma hakkı tanındığı fakat daha sonradan siparişin iptal edildiği, söz konusu ticari uygulamanın tüketicileri yanılabilecek nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 14, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Migros Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2021/341**

**Şikayet Edilen: Provel San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Parex” markalı muhtelif ürünlere ilişkin televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Parex” markalı muhtelif ürünlere ilişkin televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda *“Türkiye’nin 1 Numarası”* ifadesine, *Parex kimyasal olmayan ev temizleyicileri pazarında 2019 Ocak - 2019 Aralık döneminde indirim marketleri hariç Türkiye toplamında en yüksek ciro payına sahiptir. (The Nielsen Company, 2019)”* şeklinde altyazıya yer verildiği ve reklam filminde çöp torbası, fırın pişirme kâğıdı gibi ürünler de yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Parex” markalı muhtelif ürünlere ilişkin Ocak 2021 tarihinde televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde temizlik ürünlerinin yanın sıra çöp torbası, fırın pişirme kâğıdı gibi ürünlerin yer aldığı görüntülerin ardından *“Türkiye’nin 1 Numarası”* ifadesine yer verilmesine karşın altyazıda *“Parex kimyasal olmayan ev temizleyicileri pazarında 2019 Ocak - 2019 Aralık döneminde indirim marketleri hariç Türkiye toplamında en yüksek ciro payına sahiptir. (The Nielsen Company, 2019)”* ifadelerine yer verilmesinin tüketiciler nezdinde, reklamlarda yer alan tüm ürün gruplarında firmanın 1 numara olduğu şeklinde anlam karışıklığına yol açtığı dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Bununla birlikte söz konusu reklamlarda altyazıda belirtilen raporun indirim marketler hariç tutularak ciro bazlı verilere dayandırılmasının “Türkiye’nin 1 numarası” iddiasını karşılar nitelikte olmadığı ve 2021 Ocak ayında yayınlanan reklamlarda yer almasına karşın 2019 Ocak

- 2019 Aralık dönemlerini kapsamasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari uygulamalar Yönetmeliği “İspat” başlıklı 9 uncu maddesi gereğince reklamda yer alan iddiaların doğruluğunu reklamın yayınlandığı dönemde kanıtlar nitelikte olmadığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**29)**

**Dosya No: 2021/1166**

**Şikayet Edilen: Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Antimikrobiyal V-Block Teknolojisine sahip cam ev eşyası ürünlerine ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** Antimikrobiyal V-Block Teknolojisine sahip cam ev eşyası ürünlerine ilişkin ilişkin yayınlanan reklam filminde; *“Bu bardak yüzeyindeki virüs ve bakterileri etkisiz hale getiriyor. Bu bardak V-Block teknolojisi ile üretildi. Şişecam’dan dünyada bir ilk! Antimikrobiyal kaplamalı cam ev eşyası. Ultra hijyen sağlayan V-Block sadece Paşabahçede. Covid-19’a Karşı %94,1 etkili\* T.C. Sağlık Bakanlığı onaylı bağımsız laboratuvarlar tarafından yapılan testlere göre camın dış yüzeyindeki virüs ve bakterileri etkisiz hale getirir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Antimikrobiyal V-Block Teknolojisine sahip cam ev eşyası ürünlerine ilişkin ilişkin yayınlanan reklam filminde; *“… virüs ve bakterileri etkisiz hale getiriyor. Antimikrobiyal kaplamalı cam ev eşyası. Covid-19’a Karşı %94,1 etkili\*.”* İfadelerine yer verildiği,

Küresel salgın haline gelen Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), söz konusu reklamların yayınlandığı dönemde ülkemizde halen yayılma etkisini devam ettirmekte olup, salgının ülkemizde yayılmasına karşı alınan tedbirler arasında yer alan; vatandaşların kendilerini korumaya yönelik önlemler konusunda doğru bilgilendirilmesi hususu önem arz etmektedir.

Diğer taraftan söz konusu hastalığa yol açan Koronavirüs olarak adlandırılan virüsün esas olarak hasta bireylerin öksürmeleri aksırmaları ile ortama saçılan damlacıkların solunması ile bulaştığı, bunun yanında hastaların solunum parçacıkları ile kirlenmiş yüzeylere dokunulduktan sonra ellerin yıkanmadan yüz, göz, burun veya ağıza götürülmesi ile de virüs alınabileceği genel kabul görmektedir.

Bu bağlamda söz konusu ürünlerin tanıtımında kullanılan “*“… virüs ve bakterileri etkisiz hale getiriyor. Antimikrobiyal kaplamalı cam ev eşyası. Covid-19’a Karşı %94,1 etkili”* ifadeleri ile söz konusu ürünün özel olarak Koronavirüsü yok etmeye yönelik bir ürün olduğu algısı yaratılmasının ve tekrar virüs bulaşının olmayacağı yönünde izlenim uyandırılmasının tüketicileri yanlış yönlendirici ve yanıltıcı olacağı,

Bununla birlikte biyosidal ürünlerin reklamlarında *“Biyositleri güvenli kullanınız”* ve *“Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz”* ifadelerine yer verilmesi zorunlu olmasına rağmen, biyosidal ürün ruhsatı alınmış olan Antimikrobiyal V-Block Teknolojisine sahip cam ev eşyası ürünleri reklamlarında söz konusu ifadelere yer verilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**30)**

**Dosya No:** **2021/149**

**Şikayet Edilen: Arkan Grup Sağlık Ürünleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Pine Smart” isimli ürüne ilişkin https://www.pinesmart.com.tr/ adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, TV

**Tespitler:** “Pine Smart” isimli ürüne ilişkin https://www.pinesmart.com.tr/ adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklamlarda; *“İdrar yolu enfeksiyonu tespiti yapan akıllı bebek bezi.* *Pine Smart, bakteriyel idrar yolu enfeksiyonu tespiti yapan Dünya'nın ilk ve tek akıllı bebek bezidir. Pine Smart avantajları: Erken tedaviye başlamak daha kısa sürede ve hafif ilaçlar ile hastalık atlatılır böylece çocuğunuzun böbreklerinin sağlığı korunur. Belirti göstermeyen idrar yolu enfeksiyonlarının tespit edilmesine faydası olur. Çocuklarda idrar alma zorluğuna çözüm olur. İdrar yolu enfeksiyonu erken fark edilerek hekiminize daha erken gitmeniz sağlanır. İdrar yolu enfeksiyonu erken teşhisi, gereksiz antibiyotik kullanımını engelleme, böbrek rahatsızlıklarının önüne geçilmesi… İdrar yolu enfeksiyonu erken teşhisi, antibiyotik kullanımını engelleme, Erken tedaviye başlamak daha kısa sürede ve hafif ilaçlar ile hastalık atlatılır böylece çocuğunuzun böbreklerinin sağlığı korunur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Pine Smart” isimli ürüne ilişkin https://www.pinesmart.com.tr/ adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan reklamlarda; *“İdrar yolu enfeksiyonu tespiti yapan akıllı bebek bezi.* *Pine Smart, bakteriyel idrar yolu enfeksiyonu tespiti yapan Dünya'nın ilk ve tek akıllı bebek bezidir. Pine Smart avantajları: Erken tedaviye başlamak daha kısa sürede ve hafif ilaçlar ile hastalık atlatılır böylece çocuğunuzun böbreklerinin sağlığı korunur. Belirti göstermeyen idrar yolu enfeksiyonlarının tespit edilmesine faydası olur. Çocuklarda idrar alma zorluğuna çözüm olur. İdrar yolu enfeksiyonu erken fark edilerek hekiminize daha erken gitmeniz sağlanır.”* 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 tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, söz konusu televizyon reklamlarında ve https://www.pinesmart.com.tr/ adresli internet sitesinde yer verilen; *“İdrar yolu enfeksiyonu erken teşhisi, gereksiz antibiyotik kullanımını engelleme, böbrek rahatsızlıklarının önüne geçilmesi…”* şeklinde sağlık beyanı içeren ifadeler ile doktorlara ait görüntülere yer verilmesinin, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı Reklamlar” başlıklı 16.maddesinin; *“(…) (3) Reklamlarda; doktor, diş hekimi, veteriner hekim ve eczacılar ile sağlık kuruluşlarının bir mal veya hizmete yönelik sağlık beyanında bulunduğuna ilişkin ya da bu izlenimi uyandıran herhangi bir görüntü, beyan veya atfa yer verilemez.”* hükümlerine aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte söz konusu televizyon reklamlarında yer alan; “*Dünyanın ilk akıllı bebek bezi. İdrar yolu enfeksiyonu tespiti yapan akıllı bebek bezi*” ifadelerinin ispatlanmadığı,

Son olarak söz konusu reklamlarda yer alan görseller ve*“İdrar yolu enfeksiyonu erken teşhisi, antibiyotik kullanımını engelleme, Erken tedaviye başlamak daha kısa sürede ve hafif ilaçlar ile hastalık atlatılır böylece çocuğunuzun böbreklerinin sağlığı korunur.”* şeklindeki ifadelerin, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin; “ (…) (*h) Toplumu endişeye sevk edici veya yanıltıcı biçimde; hastalık, yaralanma ve benzeri bir durumla ilgili ifade ya da görüntüler içeremez.”*hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 ve 7 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 9 uncu, 16 ncı, 26 ncı, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**31)**

**Dosya No:** **2021/150**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ambalaj

**Tespitler:** “Cif Krem”isimli ürüne ilişkin www.cif.com.tr adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *"%100 doğal temizlik* *mineralleri. Magnezyum ve kalsiyum gücüyle kusursuz temizlik. Klor, boya, fosfat, paraben* *içermez."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Cif Krem” isimli ürüne ilişkin www.cif.com.tr adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda yer verilen; *"Boya içermez."* ifadelerinin ispatlanmadığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Unılever 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.

**32)**

**Dosya No: 2019/2089**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Altınova/ANTALYA adresinde bulunan Watsons Deepo Outlet Şubesi’nde 24.07.2020 tarihinde yer alan *“% 40 İndirim. Seçili Ağız Bakım Ürünlerinde”* ibareli raf etiketi

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Raf etiketi

**Tespitler:** Altınova/ANTALYA adresinde bulunan Watsons Deepo Outlet Şubesi’nde 24.07.2020 tarihinde yer alan Sensodyn markalı diş macunlarının bulunduğu raf etiketinde *“%40 İndirim. Seçili Ağız Bakım Ürünlerinde”*ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; Altınova/ANTALYA adresinde bulunan Watsons Deepo Outlet Şubesi’nde 24.07.2020 tarihinde yer alan raf etiketinde *“% 40 İndirim. Seçili Ağız Bakım Ürünlerinde”* ibaresinin yer aldığı, bahse konu indirim etiketinin yer aldığı rafta bulunan “Sensodyn” markalı diş macununu satın alan tüketicinin, anılan ürünün indirim kapsamında yer almadığı gerekçesiyle indirimden yararlandırılmadığı,

Söz konusu mağazada “%40 İndirim” başlığı altında gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar kapsamında hangi ürünlerin indirimli satışa konu olduğu, ürünlere ilişkin stok sayıları ve indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile ilgili bilgilere yer verilmediği, bu nedenle inceleme konusu raf etiketinde yer alan indirim ilanının tüketicileri aldatıcı olduğu ve söz konusu uygulama ile Reklam Mevzuatında indirimli satışlara ilişkin olarak belirlenen hükümlerin ihlal edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 14, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**SAĞLIK**

**33)**

**Dosya No: 2019/9024**

**Şikayet Edilen: Ali AKTEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait http://kekemer.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2019 ve 04.02.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kekemer.com.tr adresli internet sitesinin 27.05.2019 ve 04.02.2020 tarihli görünümlerinde; *"Kekemer İletişim ve Konuşma Sorunları (kekemelik) Merkezi uzun yıllardır kendisini kanıtlamış, güvenilir ekibi ve teknikleri ile kekemelik ve konuşma bozuklukları eğitiminde söz sahibi bir marka haine gelmiştir. Şirinevler ve Ümraniye dışında şubesi olmayan tamamı ile profesyonelleşmeyi kendisine misyon edinmiş, iletişim kurma yada konuşma zorluğu yaşayan bireylerin bu sorunlardan kurtulmasına yönelik yöntemler uygulamaktadır...*

*Hakkımızda: Global araştırmaların sonucunda değerlendirmeye aldığımız, iletişim bozukluğu özellikle kekemelik sorunları alanında, kişilerin söz konusu akıcı konuşma problemlerini ele aldığımız, kaynağını / ortaya çıkış sebeplerini sorgulayan yapımızla iletişim sorunları ve sonucundaki konuşma bozukluklarına, hipotez ve tezler sonucunda ulaşılmış özel tekniklerle eğitimlerimizi gerçekleştiriyoruz.*

*Kekemer İletişim ve Konuşma Sorunları (kekemelik) Merkezi uzun yıllardır kendisini kanıtlamış, güvenilir ekibi ve teknikleri ile kekemelik ve konuşma bozuklukları eğitiminde söz sahibi bir marka haine gelmiştir. Şirinevler ve Ümraniye dışında şubesi olmayan tamamı ile profesyonelleşmeyi kendisine misyon edinmiş, iletişim kurma yada konuşma zorluğu yaşayan bireylerin bu sorunlardan kurtulmasına yönelik yöntemler uygulamaktadır.*

*Sistemli bir yapının getirmiş olduğu düzenli eğitim şemalarının kişiler üzerindeki etkilerinin kısa zamanlarda görülebildiği KEKEMER ‘de sizler de bu farkı görebileceksiniz. Kekemer kullandığı MİDVAS – Fluency Shaping tekniği ile Kademesiz Sistemli Yapısal Konuşma Yöntemini desteklemektedir. İşitme sorunu ve öğrenme güçlüğü problemleri yaşayan bireyler haricinde, iletişim bozukluğu ve kekemelik yaşayan bireylere yönelik barındırdığı yöntemler sizlerin en verimli şekilde ve en kısa sürede akıcı konuşma düzeyine geçebilmenize yönelik olarak çalışmalarını sürdürmektedir.*

*Kekemer, sektörel anlamda kazandığı haklı gururuyla iletişim ve konuşma bozuklukları ile ilgili, bu sorunu yaşayan bireylere verdiği güveni, her bireyi özel olarak değerlendirmesi ve bireylere özel danışmanlık süreçlerini sürdürebilmesi ile devam ettirmektedir.*

*Ekibimizde danışmalık yapan psikologlar, özel eğitim mezunları ve çocuk gelişimi mezunları olarak farklı niteliklerde uzmanlarımız yer almakta, her biri mevcut vakalara bireysel sorun ve çözüm odaklı olarak yaklaşım göstermektedir.*

*İletişim bozukluğu sorunları ile artan kekemelik gibi konuşma sorunları / ifade güçlüğü aslında kişilerin kendilerine olan güven eksikliği gibi görülmektedir, bunu değiştirmeye yönelik olarak yaptığımız gelişmiş iletişim teknikleri ile kişilerin bu sorunları aşabilmelerine ciddi manada yardımcı olmaktadır. Şubelerimizde kekemelik danışmanığı süresince herhangi bir sağlık hizmeti veya sağlık teçhizatı kesinlikle uygulanmamaktadır. Vizyon: Ulaşabildiğimiz iletişim bozukluğu ve ifade güçlüğü yaşan kişilerdeki soruları ortadan kaldırmak...*

*Yorumlarımız:**Perhan Uçarlı: Kekemer! Hayatımın, hayatımızın akışını, kalitesini arttıran yer. Norveç’te yaşıyorum.8 yaşındaki oğlum 5 sene kekeleme sorunu yaşadı ve yaşadığım ülkedeki tedaviden hiçbir sonuç alamamışken Kekemer’de ki eğitmen arkadaşların sayesinde 15 gün sonra oğlum artık kekelemiyordu. :) 8 sene sonra ben ilk kez oğlumla dediklerinin hepsini anlayarak, kalbim acımayarak konuştum. Bu duyguyu anlatabilmem imkansız. Oğlumun hayatı ise tamamen değişti, artık kendine güveniyor. İstemediği şeyler karşısında çaresizce susmuyor, okulda daha başarılı ve en önemlisi artık arkadaşları var.*

*Ali bey ve eğitmen arkadaşları hayatım boyunca hep sevgi ve saygıyla anacağım. Oğlumun probleminin çözüm aşamasında eğitmenlik görevlerinden ziyade verdikleri ilgi ve sevgiyi de asla unutmayacağım. Ben inanıyorum ki sevgi olmadan başarı olmaz ve ben Kekemer’de eğitim; sevgi, ilgi hepsini birden buldum. İyiki varsınız, iyiki sizi tanımışız. Bize sağladığınız yeni hayat içinde tekrar çok teşekkür ederim.*

*Nuray Tomoğlu: Ecrin 5 aydır bu kursa geliyor, başladığımızda neredeyse hiç konuşamıyordu. Konuşamadığı için tikleri başlamıştı ve hırçındı. Buraya gelmeye başladığımız ilk haftalarında hemen düzelmeler başladı. Tiklerini bıraktı hırçınlığı da geçti. Şu anda da takılması tamamen bitti, kontrol devam ediyor. Kursu ve kocalarını da çok seviyor. Olumlu sonuç aldığımız için de eşim ve ben de çok memnunuz. Öğretmeni arkadaşları ve ecrini tanıyan herkes bu düzelmenin farkında Ali Bey’ e ve kurstaki bütün öğretmenlerimize Çok teşekkür ederim. özellikle de Hacer hocamıza..*

*Rıza Aydoğdu: Öncelikle buraya geldiğimi çok mutluyum, huzurluyum, sanki ikinci defa doğmuş gibiyim özgürlük gibisi yoktur hayatta. Hayatımda tek istediğim konuşmanın düzelmesi idi. Her şey için teşekkürler kekemer ve saygıdeğer hocalarım adlarını tek tek yazamayacağım nedeni ise her biri birbirinden değerli…*

*Nurcan Nebahat DANDİN: Oğlum Siraç kekemeliğe başlayalı dört buçuk ay oldu bu süreç içinde değişiklikleri Tabii ki oldu Kafa sallaması çene vurması ağzından harfler zorla çıkıyordu Şimdi ise bu sorunlar kayboldu uzatmaları kısalttık Şimdi yakında patlatmalar la daha iyi oluyor Böylece sorunumuz ortadan kalkar. Hepinize ayrı ayrı teşekkür ediyorum..."* şeklindeki ifadelere ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, 22.05.2014 tarihli ve 29007 sayılı Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmelik kapsamında, “klinik psikolog” ve “psikolog” olan meslek mensuplarının görev alanları tanımlanmıştır. Klinik psikologların ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olmadan psikoterapi yapabilecekleri hastalık olmayan durumlar ise aynı Yönetmeliğin Ek-1/A kısmında belirtilmiştir.

Yine anılan yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı ek listesinde; “*Klinik psikolog; a)Uluslararası Hastalık Sınıflandırma (ICD – 10) listesinde F00 ile F99 kodları arasında yer alan hastalıklarda ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak, hastalara eğitimini aldığı terapi ve psikolojik destek hizmetlerini verir…”* maddesi yer almakta olup, anılan kodlar arasında; "kekemelik" hastalığının da yer aldığı, dolayısıyla anılan hastalığın tedavisinin ilgili alanda uzman tabiplerin yönlendirmesiyle klinik psikologlarca yapılması gerektiği,

Söz konusu hizmetlerin doktor veya klinik psikolog gibi sağlık meslek mensubu olmayan yetkisiz kişilerce verildiği, kuruluşun bu alanda yetkisinin bulunmadığı, faaliyetlerin izinsiz ve ruhsatsız biçimde yürütüldüğü,

Bununla birlikte tanıtımların doktor veya klinik psikolog gibi sağlık meslek mensupları tarafından uygulanması gereken çeşitli tıbbi işlemlere yönelik olduğu, tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu tanıtımların ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aşan, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve EK-13 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8-ç, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ali AKTEKİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2019/8454**

**Şikayet Edilen:** **Özel Mavi Işık Polikliniği (Ebru GÖKSEL)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Şikâyetçi İddiaları:** Kuruluşa ait broşürlerde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** Kuruluş tarafından 2019 yılında dağıtılan broşürlerde *"...Günümüzde saç ekimi operasyonlarının çoğunluğu FUE yöntemi ile yapılmaktadır. Cerrahi bir girişim olmadığı için hastalar daha rahat karar vermekte ve bu tekniği tercih etmektedir... Saç ekiminde var olan saç miktarı ve alınma şekli önemli olduğu kadar ekilen saçların yönü, ön saç çizgisinin doğallığı en az ekilen saç miktarı kadar önemlidir. Profesyonel bir ekip tarafından yapıldığında saç ekimi çok iyi sonuçlar verir. Ücretsiz, uzmanımızdan bilgi alabilirsiniz... Kliniklerimizde verdiğimiz hizmetler saç ekimi, sakal ve kaş ekimi, lazer epilasyon, dolgu botox, ip ile yüz germe, fransız askısı, prp, mezoterapi... Paket indirimlerinde geçerli 50 tl indirim kuponu"* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, prp, botoks gibi tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özel Mavi Işık Polikliniği (Ebru GÖKSEL)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2019/9673**

**Şikayet Edilen:** **FN Sağlık ve Güzellik Hizm. Tic. Ltd. (Sunrise Beauty Club)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.sunrisebeautyclub.com internet adresi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait sayfada yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.sunrisebeautyclub.com adresli internet sitesinin 08.12.2020 tarihli görünümünde zayıflama, lazer epilasyon gibi tıbbi işlem isimlerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 08.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait "sunriseguzellik" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"....İstenmeyen tüylerinizden kurtulmak ister misiniz? Acısız,Ağrısız buzlu sistem LAZER Epilasyon..Sunrise Estetik we Güzellik Merkezimizde uygulanmakta olup, siz değerli misafirlerimiz,bilgi almak için..478 41 41 numaralı telefondan profesyonel ve uzman ekibimizden bilgi alabilirsiniz...Bölgesel Zayıflama'da ilk seans'ta 2 cm ile 10 cm arası incelme ve mükemmel sonuç...Göğüs Estetiği Operasyonları Güzelliğinize güzellik katın...Burun Estetiği Burna sihirli dokunuş...Medikal cilt bakımı, dermokozmetik ürünlerle yapılan cildin canlılığını tekrar kazandırmaya, ciltte biriken yağ, siyah nokta...gibi cildin solgun görünmesine neden olan etkenlerden arındırmaya yönelik işlemlerden oluşur..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon gibi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

Ayrıca, Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılmasının yasak olduğu, bunların dışında kalan cihazların reklamına ise ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **FN Sağlık ve Güzellik Hizm. Tic. Ltd. (Sunrise Beauty Club)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2019/12287**

**Şikayet Edilen:** **Burçin Üre Güzellik Salonu (Burçin ÜRE SALNUR)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com, www.instagram.com ile www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.facebook.com, www.instagram.com ile www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alantanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.instagram.com, www.facebook.com ile www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 16.11.2020 tarihli görünümünde kuruluşa ait “burcinure", "burcinureguzellikmerkezi" ile "Burçin Üre Salnur" kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...bazı değişimler mutlu eder. Cildinize uygun prosüdürü birlikte analiz eder ve yavaş emin adımlarla ilerleriz. Cilt yenileme Aşısı, Dermapen Gençlik Kalemi ile cildimizde yaşla birlikte azalan nemi arttırmayı, sarkmalara ve ince kırışıklıklara doğal görünümü korumayı amaçlarken Nazolabial Dolgu ile ağız köşesindeki derin çizgiler iyileştirilir. G5 Selülit Masajı Selülit oluşumunu engelleyerek, mevcut selülit sorununun giderilmesinde kullanılır....Kronik kas ağrıları ve spazmları giderir...Metabolizmayı hızlandırır. Kronik yorgunluğu giderir. Bölgesel dolaşımı düzenler. Toksin atımını sağlar.Kas ve eklemlerin hareket kabiliyetini destekler, arttırır.."* ifadeleri üzerinden dermapen, G5 selülit masajı gibi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ve sağlık beyanı içeren ifadeler ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Burçin Üre Güzellik Salonu (Burçin ÜRE SALNUR)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2020/1636**

**Şikayet Edilen: Tülay Yektaş Güzellik Salonu (Emre YEKTAŞ)**

**Şikayet Edilen Reklam:** bluer.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.neorezonans.com.tr adresli internet sitesi ile www.facebook.com, www.instagram.com ve www.youtube.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** Kuruluşa ait www.tulayyektasakademi.com adresli internet sitesinin 25.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"... Dudak Dolgusu, dudakları daha dolgun görünüme kavuşturmak, belirgin dudak kontürü (çerçevesi) yaratmak, incelen, sarkan, formunu yitiren dudaklara hacim kazandırmak amacıyla, enjeksiyon ve/veya cerrahi uygulamayla gerçekleştirilen dolgu işlemine denir. Dudak Dolgusu, dudakları daha dolgun görünüme kavuşturmak, belirgin dudak kontürü (çerçevesi) yaratmak, incelen, sarkan, formunu yitiren dudaklara hacim kazandırmak amacıyla, enjeksiyon ve/veya cerrahi uygulamayla gerçekleştirilen dolgu işlemine denir...Ankara Tülay Yektaş Güzellik Merkezi ve Akademisi Botoks Uygulamaları..Botoks (Botulinum toksini), Clostridium botulinum adlı bakteriden elde edilen bir çeşit toksindir. Toksin denilince hemen akla zehir geliyor ancak Botoks kesinlikle yılan zehri değildir. Botox etki edebilmek için, sinir uçlarında elektriksel iletimi sağlayan maddelerin salınımını engelleyip, sinirler ile buranın hedefi olan kaslar arasındaki iletimi geçici olarak bloke eden bir etki mekanizması vardır... Ankara Tülay Yektaş Güzellik Merkezi ve Akademisi Medikal Masaj... Adından da anlaşılacağı gibi tıp alanından sıklıkla kullanılan bu masaj türü, genellikle doktorlar tarafından önerilir. Reçeteye tedavinin nasıl ilerleyeceğini yazılır. Masörün vücudun belirli noktalarına uyguladığı dokunuşlarla tedavi şekillenir. Her masajda olduğu gibi, Medikal masajda da bilirkişi yani, uzman bir masör tarafından masaj yapılmalıdır. Medikal masajın diğer faydaları; Hareketsizlik hastalıkları Omurga sağlığı ve sırt ağrıları Felçler Tansiyona bağlı baş ağrıları...Lazer Epilasyon (Bayan) Lazer Epilasyon(Erkek)...."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, dudak dolgusu, botoks gibi sadece yetkili hekimlerin uygulamaya yetkili olduğu tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere yer verildiği;

www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 25.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*tulayyektas*" ve "*tulayyektasguzellikmerkezi*"  kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"... Sizden buz Epilasyon konforundan yararlanın. Erkek müşterilerimize uyguladığımız lazer epilasyon işlemi ile özellikle yüz, göğüs, sırt ve koltuk altı bölgelerinde kısa sürede ve kalıcı sonuçlar aldığımızı biliyor musunuz? Erkekler İçin Lazer Epilasyon Uygulama Bölgeleri... Siz istediniz biz üstümüze düşeni yaptık... Kampanyamız devam ediyor Tüm Vücut Lazer Epilasyon 8+8 Seans 1000TL...Bunları yapmaktan sıkılmadınız mı? Kalıcı çözümler için lazer epilasyon gerçek bir devrimdir! ÜŞENME! ERTELEME!... Erkek Lazer Epilasyonda Avantajlı Paket Fırsatları İlk Seansta %70 Etki..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon gibi tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin *“Tülay Yektaş Güzellik Merkezi ve Akademisi"* olarak nitelendirildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "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 kuruluş isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluş ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8,9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tülay Yektaş Güzellik Salonu (Emre YEKTAŞ)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2020/1639**

**Şikayet Edilen: Blue Diamond Güzellik Salonu (Ayşe ÜNSAL)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.instagram.com ile www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinin 25.01.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*bluediamondkizilay*" ve "*Blue Diamond Estetik ve Güzellik - Ankara*"  kullanıcı isimli sayfalarda yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Medikal CiltBakımı Nedir? Medikal Cilt Bakımı cildin ph dengesini düzenlemek cilt gözeneklerini temizlemek ve sıkılaşmasını sağlamak, dış etkenlerin oluşturduğu zararları en aza indirmek amacıyla bu konuda eğitimli uzman estetistenlerimiz tarafından uygulanmakta. Amaç cildin temizlenip çevrenin verdiği zararlardan arındırılıp cilde sağlıklı ve parlak yeni bir görünüm kazandırmaktır.Cilt sağlığının korunması için çeşitli bakım ürünlerinden faydalanılmaktadır...Lazer epilasyon diğer epilasyon çeşitlerinden farklı olarak kalıcı ve sağlıklı olduğu için tercih sebebidir. Kadın ya da erkek fark etmeksizin istenmeyen tüylerin kalıcı olarak yok edilmesini sağlayan lazer epilasyon, klasik yöntemlere kıyasla acısızdır. Size özel cihazlarımız ve uzman estetisyenlerimiz tarafından yapılan bu işlem son derece etkili ve zararsızdır. Uzman estetisyenlerimiz uygulanacak bölge, cilt tipi ve rengi, kıl yapısı gibi değerleri inceleyerek ne tür bir cihaz kullanılacağı seçer ve kişiye yaklaşık olarak tüylerden kaç seansta kurtulacağının bilgisi verir... Dermapen Nedir? Dermapen, cildin değerli üst tabakası epidermise zarar vermeden, soymadan, tahriş etmeden uygulanan bir yöntem. Geçmişi antik Çin tarihine kadar uzanan ve Çin prenseslerine uygulanan mikroiğne sisteminin modern tıp ile birleştirilmiş hali dermapen uygulaması, özellikle yüz, el ve boyun bölgelerinde kullanılıyor. Yöntem tüm deri tipleri için uygun ve ince olduğu için pek çok uygulamada çekinilen boyun, kol içleri gibi bölgelerde de uygulanabiliyor. Genişlemiş gözenekler, ince çizgi ve kırışıklıklar, ağız etrafındaki sigara çizgileri gibi yaşlanma bulgularının belirginliğini azaltmak... Medikal cilt bakımı sayesinde cildimizin ihtiyacı olan fakat cildimiz tarafından karşılanmayan oksijen kazandırılır. Ciltteki gözenekler temizlenir ve zamanla küçülür bu nedenle siyah nokta ve sivilce gibi görsel açıdan rahatsızlık veren problemler ortadan kalkar ve oluşması engellenir. Cildin oksijen ihtiyacı karşılandığı için cansız ve renksiz cilt yerine taze ve pürüzsüz bir cilt kazanılır, Ayrıca medikal cilt bakımı sayesinde ciltteki toksinler ve lenf drenajları ciltten arındırılır. Medikal cilt bakımı kan dolaşımını hızlandırmaktadır... 3 Bölge Buz Lazer Epilasyon 849 TL. Leke Tedavisi 799 TL! Medikal Cilt Bakımıda Hediye!.."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, dermapen, medikal cilt bakımı gibi sadece yetkili hekimler tarafından uygulanabilen tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere, hasta öncesi ve sonrası görselleri ile kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluş isminin *"Blue Diamond Estetik ve Güzellik"* olarak nitelendirildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "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 kuruluşlarınının isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır.

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluş ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8,9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Blue Diamond Güzellik Salonu (Ayşe ÜNSAL)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2020/1641**

**Şikayet Edilen: Dr. Mete AÇIKGÖZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfa ile www.lazertedavisimalatya.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait sayfa ile www.lazertedavisimalatya.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümlerinde şahsa ait "*opdrmeteacikgoz*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak*; "...Bu kadar kalın (-11.0- -4.0 cyl) gözlüklerden ağrısız lazer ile kurtulan hastamıza geçmiş olsun dileriz 12 dk sonrası gelen özgürlük...Türkiye’nin her şehrinden gelen hastalarımızı gözlükten kurtarmaya devam. Şanlıurfa, Adıyaman, Antalya,İstanbul, Bingöl, Elbistan, Batman, Malatya. Durmak yok, devamm... Wavefront Lasık ile Dünyanızı değiştirin. Yepyeni gözlerle yeni umut dolu yıla başlamak. Hastamıza geçmiş olsun dileriz. Sokak kısıtlamasının olduğu hafta sonlarındada hastanemizde Lazerlere devam. Randevu alıp gelebilirsiniz. Göz problemlerinizin kariyerinize engel olmasına izin vermeyin. Hastamızın bakış açısını fullHD’ye çevirdik. Hastamız artık gözlüksüz. Geçmiş olsun dileriz... Wavefront Lazer ile dünyanızı değiştirin. 12 dk ve ağrısız, gözlüksüz yaşama başlamak için çok kısa bir süre. Hastamıza geçmiş olsun dileriz... Wavefront lazer (Kartal göz) ile hastamızı %100’ün üzerinde bir görüşe kavuşturduk. Gözlüksüz hayatın tadını çıkartması dileğiyle geçmiş olsun dileriz... İşlemin henüz 5 dk.sı. Erken dönemde bile mükemmel. Badem göz estetiği sizi daha dinç ve daha estetik gösterir. İşlemin süresi 15 dk.. Burun Ucu Estetik...@ds.estetik geçmiş olsun dileriz En donanımlı cihaz ve en güvenli lazer teknikleri ile gözlükten kurtarmaya devam. Elbistan’a selamlar... Hocam gerçekten çok teşekkür ediyorum. Korkmama rağmen hiç bir şey korktuğum gibi olmadı. O kadar iyi bir doktor olmanıza ve elinizin hafifliğine hayran kaldım. Tüm zamanların en iyi göz doktoru sizsiniz bence..."* gibi bilgilendirme sınırı aşan ifadelere, hasta öncesi ve sonrası görsellerine, olumlu hasta yorumlarına ve burun ucu estetik gibi sadece yetkili hekimler tarafından uygulanan tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlara yer verildiği;

www.lazertedavisimalatya.com adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *"...Gözün yapısı ve kornea dokusu uygun olduğu sürece tüm gözlük numaralarında öncelikli tercihim olarak  uyguladığım korneadan lazerle flep kaldırılarak uygulanan bir sistemdir. Hangi hastalara uygulanır? – Gözü ve Kornea dokusu uygun TÜM hastalara uygulanır. -En çok ve sıklıkla uyguladığım bir sistemdir. Çünkü AĞRI/ACI yok. Aynı gün işinin başına dön… Kendime ait tekniklerle(M-LASIK) ağrı/acı hiç olmadığından   hastalarımız aynı gün aynı dakika gezip dolaşabilir, istediği aktiviteyi yapabilir, sinemaya gidebilir vss… Halk arasında ‘göz çizdirme’ olarak bilinen aslında lazerle üst teknolojik donanımla korneaya yeniden bir şekil vermektir bu işlem. Bu Lasik işleminden sonra hastanın yatmasına gerek olmayıp aynı gün gezip dolaşabilir. Hasta hemen aynı gün aynı dakika görmeye başlar. AĞRISIZ/ACISIZ AYNI GÜN AYNI DAKİKA GÜNLÜK YAŞAMINA DÖNEBİLİYOR BU İŞLEMİMLE. GÖZ BANDAJLAMA YOK KARANLIKTA  BEKLEME YOK İSTİRAHATE GEREK YOK AĞRI/ACI YOK HEMEN AYNI DAKİKA İŞİNE DÖNEBİLMEK EN BÜYÜK AVANTAJ AYNI GÜN GÖRMENİN TAMAMINA YAKINI ELDE EDİLİYOR. UYGUN TEKNİKLE VE TECRÜBELİ ELLERDE YAPILDIĞI TAKDİRDE DÜNYA’DA ALTIN STANDART… UZAK YAKIN GÖZLÜĞE SON..."* gibi bilgilendirme sınırı aşan ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahıs ile faaliyette bulunduğu kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren hekimler ve kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**40)**

**Dosya No: 2020/4168**

**Şikayet Edilen: Unique Estetik Güzellik Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti. (Unique Beauty Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.uniquestetik.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2021 ile 25.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** https://www.uniquestetik.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com ve www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde kuruluşa ait sayfalarda yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddia edilmiştir.

**Tespitler**: www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.02.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*Unique Beauty Boutique*" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Bildiğiniz gibi daha keskin bakışlar ve çarpıcı bir yüz hattı elde edebilmek için danışanlarımıza kaş askılama işlemi uyguluyoruz....Cilt yenileme, akne ve leke tedavisinde önerilen Hydrafacial uygulaması ile parlak, ışıldayan, sağlıklı ve güzel görünümlü bir cilde kavuşabilirsiniz. Üstelik Hydrafacial alana tek bölge lazer epilasyon hediye!... Serra Hanım’a burun askılama işlemi yaptık. (Görsel hemen işlem sonrasına aittir.) Ağrısız lokal anestezi ile uyguladığımız bu işlem 18 ay kalıcılığını koruyacak. Yeni görüntüsünün Serra Hanım’a şans getirmesini diliyoruz.. Erkeklere özel epilasyon problemlerine erkek erkeğe çözüm buluyoruz. Seanslarımızda erkek estetisyen rahatlığı sunuyoruz... Yüz çizgilerine, kıvrımlarına ve dokularına enjekte ettiğimiz yüz dolguları ile kırışıklıkların görünümünü azaltırken, yaşla birlikte azalan yüz dolgunluğunu da geri kazandırıyoruz... Koltuk altı botoks enjeksiyonları ile terleme sorununun önüne geçebilirsiniz. Uyguladığımız bu yöntem, yazdan kalan günlerin ve baharın daha konforlu geçmesini sağlayacak... Göz çevrenizde oluşan morluklar, çizgiler, halkalanmalar ve çökmüş görüntüden gözaltı ışık dolgusu ile kurtulabilirsiniz. Gözaltlarında ve çevresindeki tüm sorunları gözaltı ışık dolgusu ile tek seferde yapılandırıyor, uzun süre daha genç görünümüne kavuşmanızı sağlıyoruz... Dudak dolgusuyla kısa zamanda daha çekici ve genç bir görüntü elde etmek için bizi arayın... Bugünlerde saçma bir kitapta yanlış bahsedildi diye çok popüler kendisi ‘Hyalüronik asit’ doğrusu... Daha genç daha dolgun daha sağlıklı daha canlı bir cilt için..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, botoks gibi sadece yetkili hekimler tarafından uygulanabilen tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere, kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 23.02.2021 tarihli görünümünde kuruluşa ait "*uniquesthetic*\_" kullanıcı isimli sayfada yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *"...Göz çevresine yapılan müdahalelerden endişe duyduğunuzu biliyorum. Profesyonel dokunuşlara başvurduğunuz sürece korkmanızı gerektirecek bir durum yok. Bizim çok sevdiğimiz gözaltı ışık dolgusu, gözaltında oluşan çökmenin neden olduğu gölgeli görünümün önüne geçiyor. Dolgunun içeriğindeki bileşenler de ışık görüntüsü vererek maskeli dönemlerimizin kurtarıcısı oluyor... Çeşitli etkenler sebebiyle gözaltlarında morarma gibi problemler oluşan danışanlarımıza gözaltı ışık dolgusu öneriyoruz. Özel karışımlar ile hazırlanan gözaltı ışık dolgusu anestezik krem sürüldüğünde ağrısız şekilde yapılabiliyor. Size de anında gençleşen ve güzelleşen gözaltlarınızın keyfini sürmek kalıyor... Hepimiz enerji, frekans ve titreşimden ibaret varlıklarız. Bilimsel olarak 7 çakra ile tanımlanan insanoğlu, bedenindeki bu bölgeleri harekete geçirdiğinde enerjisini yükseltebiliyor. “Peki, bioenerji ruhumuzda neyi etkiliyor” diye hiç düşündünüz mü? Uykusuzluk problemi yaşayan danışanımızın bilinçaltındaki kaynağa ulaşarak sorununu çözdük. Bioenerji uzmanımızdan randevu almak için bize ulaşabilirsiniz... Güzel danışanımız Rita Hanım’a Unique kadınlarının favori uygulaması olan #uniquelips işlemini yaptık. Yalnızca 15 dakika süren dudak dolgusu işlemimizi danışanlarımız çok seviyor. Mutlu günlerde kullansın... Badem göz estetiği işlemi lokal anestezi altında gerçekleştiriliyor. Basit bir işlem olmakla birlikte gözün dış kenarlarında bulunan bağların yukarı çekilmesiyle yapılıyor. Böylece gözler daha çekik ve belirgin bir görüntü kazanırken, sizi de daha genç bir görünüme kavuşturuyor... Bilince erişimi sağlayan Access Bar, oluşturma yeteneğinin gelişmesine ve kişinin kendi hakkındaki hakikatı ortaya çıkarmasına yardımcı olur. Beynimizde bulunan 32 farklı noktanın oluşturduğu barlar, kişiliğimiz ve düşüncelerimiz hakkındaki tüm bilgileri depolar. Bilinçaltını temizlemek yerine dönüştüren Access Bar ile yapılacak 60-70 günlük çalışmalar hedeflenen sağlıklı sonuca ulaşmayı mümkün kılar. Unutmayın ki; “Neden?” sorusu sizi olumsuza götürürken, “Nasıl?” sorusu çözüme götürür.. Bioenerji uzmanımızdan randevu almak için bize ulaşabilirsiniz... Tüm danışanlarımıza duyduğumuz sevgiyi aşk dolu bir kampanyaya döktük. Unique Estetik'te 14 Şubat Sevgililer Günü'ne özel tüm cilt uygulamalarında %10 indirim!. \*Katılımın kontenjanla sınırlı olduğu kampanyamız 08 Şubat - 12 Şubat tarihleri arasındadır..."* ifadeleri üzerinden lazer epilasyon, dolgu vb. gibi sadece yetkili hekimler tarafından uygulanabilen tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadelere, kampanya ve fiyat bilgileri ile hasta öncesi ve sonrası görsellerine yer verildiği;

www.uniquestetik.com adresli internet sitesinin 23.02.2021 ile 25.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak*; "...https://www.uniquestetik.com/badem-goz-estetigi/; genelde bayanlar tarafından tercih edilen estetik operasyonlardır. Çekik göz elde etmek için yapılan ve gözlerin kenarlarını belirgin hale getirmek için gerçekleştirilen başarılı olan bu uygulama sayesinde kadınları makyaj derdinden kurtarmaktadır.. Ameliyat sonrası ve ameliyat sırasında herhangi bir acı ya da ağrı hissedilmez. Hasta konforlu bir şekilde süreci geçirerek taburcu edilir...https://www.uniquestetik.com/tum-yuz-isik-dolgusu/kişilerin daha genç görünmesi ve yüzün elastik bir yapıya sahip olması için yapılan cilt onarma uygulamasıdır.  Güzellik ve daha iyi bir görünüm, insanların kendilerini her zaman daha mutlu hissetmelerini sağlar. Bu nedenle günümüzde birçok kişi tarafından daha güzel görünmek için estetik operasyonlar tercih edilmektedir. Yaşın ilerlemesi ile veya bazı nedenlerden dolayı birçok kişi tarafından bu estetiği operasyonları tercih edilmektedir. Yaşın ilerlemesiyle birlikte olarak yüz bölgesinde, deformasyon meydana gelir. Kadın erkek fark etmeksizin ortaya çıkan kırışıklıklar, kas gevşemeleri gibi sorunlar için bu estetik tercih edilir... Kızarıklık, kısa süre içerisinde ortadan kaybolur. Herhangi bir yan etkisi bulunmayan yüz ışık dolgusu, hem ekonomik açıdan hem de uygulama kolaylığı açısından birçok kişi tarafından tercih edilir... Yüz ışık dolgusu diğer estetik operasyonlara göre daha kolay ve pratik yöntemlerdir... Somon DNA: Kadın-erkek herkes tarafından tercih edilen bu yöntemler, kişilerin daha canlı ve daha genç bir görünüme kavuşmasını sağlamak amacıyla gerçekleştirilir. Cilt gençleştirmek için cerrahi yöntemler veya ameliyatsız teknikler kullanılabilir. Günümüzde en çok tercih edilen cilt gençleştirme yöntemlerinden biri olarak kullanılır. Bu yöntem ile kişilerin daha canlı ve daha genç bir görünüme kavuşması sağlanır... Tedavinin Faydaları Nelerdir? Somon DNA tedavisi, kadın-erkek birçok kişi tarafından en çok tercih edilen cilt tedavi yöntemlerinden birisidir. Bu işlem, oldukça pratik ve kişilere konfor sağlayan bir tekniktir. İşlem sonrasında kısa süre içerisinde işlemin etkileri görülür. Ayrıca herhangi bir cerrahi işlem uygulanmadığından, uygulama sonrasında iz görülmez… BİOENERJİ İLE İÇİMİZDEKİ ŞİFA POTANSİYELİNİN FARKINDA OLALIM MI …? ACESS BAR bilince erişimdir .. Yaratma yeteneğinin gelişmesine kişinin kendindeki hakikâtı ortaya çıkarmasına yardımcı olur. ACESS BAR ile bilinçaltı temizlenmez DÖNÜŞTÜRÜLÜR. Sorduğumuz sorularla evrenin sonsuz olasıklarında alan açmak frekansımızı uyumlamak ve soruları sorup kendimiz çekip beklentiye girmemek “NEDEN SORUSU” olumsuza götürür..! “NASIL SORUSU” çözüme götürür..! ACESS BAR ile 60 – 70 günlük çalışmalar yapılarak hedeflenen sonuca sağlıklı nitelikle ulaşılır YAŞAM KOÇLUĞU İÇİN “Hayatınızın mükemmel olması için neyi değiştirmek gerek” gibi sorularla danışanımızın hayatında yeni bakış açıları geliştirmesine yargısız, yönlendirmesiz, dayatmasızca kişinin kendini yeniden keşfedip, içindeki potansiyeli çıkarmasına yardımcı olmakla ilgilidir. Yaşamın içindeki duygu ve düşüncelerin %95 bize ait değil. Bilinçaltımızdaki kayıtların bizi yönetmesine istemsizce izin veriyoruz. Gün içinde yaşadığınız duygu geçişlerinin kaynağına inip, bunları dönüştürüp daha çok kendiniz olmak istemez misiniz ? Yaşamdaki amacınızın ne olduğunu merak ediyor musunuz.? Huzurun ve mutluluğun kaynağının sadece SİZ olduğunuzun ne kadar farkındasınız ? Frekansınız bütün ile ne kadar uyumlu sizce ..? Tüm bu ve benzere sorularının cevaplarının sizde olduğunun bilincinde misiniz ..?...Kupa tedavisi (hacamat) doğru noktalara bilinçli bir şekilde uygulandığında çok büyük avantajlar sağlar. Özellikle farmakolojik tedavilere ek olarak uygulanması hastaların yaşam kalitelerini önemli derecede etkiler. Düzenli kullanılan ilaçlara doktorunuz önermediği sürece ara vermemelisiniz...."* ifadeleri üzerinden somon DNA,dolgu vb. gibi sadece yetkili hekimler tarafından uygulanabilen tıbbi işlemler hakkında bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile, sertifikalı hekimlerce yapılması gereken hacamat uygulamasına ilişkin tanıtım ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, 27/10/2014 tarih ve 29158 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği’nin Tanımlar başlıklı 4 üncü maddesinde; *“ğ) Uygulama merkezi”, “İlgili alanda sertifikası bulunan tabip ve/veya diş tabibi sorumluluğunda ve bu Yönetmelikte belirlenen uygulamaları yapmak üzere eğitim ve araştırma hastanesi ve tıp fakültesi veya diş hekimliği fakültesi sağlık uygulama ve araştırma merkezi bünyesinde kurulan ve Bakanlıkça yetkilendirilmesi halinde eğitim verilebilecek merkez”* olarak tanımlanmıştır.

“Uygulamaların yapılabileceği yerler ve yetkili kişiler” başlıklı 9 uncu maddesinde; *“(1) Uygulamalar, Bakanlıkça yetkilendirilmiş ünite ile uygulama merkezlerinde ve ilgili alanda ‘uygulama sertifikası’ bulunan tabip ve sadece diş hekimliği alanında olmak üzere diş tabibi tarafından yapılabilir. Uygulama alanında temel eğitimi bulunan sağlık meslek mensupları merkez ve ünitelerde sertifikalı tabiplere uygulamada yardımcı olabilirler…”* hükmü ile geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamalarının kimler tarafından ve nerelerde yapılabileceği belirlenmiştir.

Bununla birlikte, 04.02.2014 tarihli ve 28903 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Sağlık Bakanlığı Sertifikalı Eğitim Yönetmeliğinin; *“Sertifikalı eğitim programı başvuru, yetkilendirme ve açılış işlemleri” başlıklı 6 ncı maddesinde yer alan; “(1) Sertifikalı eğitim programları, kamu ve özel hukuk tüzel kişileri ile gerçek kişiler tarafından, Bakanlıkça belirlenmiş standartlara uygun olarak yürütülür. (2) Bakanlıkça standardı belirlenmiş alanlarda eğitim programlarının açılma izni ilgili birim tarafından verilir. (3)Bakanlık merkez teşkilatı ve bağlı kuruluşları, diğer kamu tüzel kişiliğini haiz kurum ve kuruluşlar ile il müdürlüğü sertifikalı eğitim programı açmak için başvuruyu ilgili birime, özel hukuk tüzel kişileri ve gerçek kişiler ise ilgili birime bildirilmek üzere il müdürlüğüne yaparlar.”* hükümleri ile sağlık alanında yapılacak olan sertifikalı eğitim programlarının anılan yönetmelik hükümlerine göre yürütülmekte olduğu ifade edilmiştir.

Bu bağlamda kuruluşun, geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları ile ilgili Bakanlıkça tescil edilmiş sertifikaya sahip olmayan yetkisiz kişilerce ve yetkilendirilmemiş mekanda Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan kupa (hacamat) uygulamasının yapıldığı, anılan internet sitesi üzerinden tıbbi amaçlı tanıtıcı bilgilerin verildiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu;

Diğer yanda, bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile *“Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik”* yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bu bağlamda, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Uygulamaları Yönetmeliğinin 9/1, 12/1, 12/2 ile 13/1 maddeleri,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 24 ve 25 inci maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8,9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Unique Estetik Güzellik Merkezi San. ve Tic. Ltd. Şti. (Unique Beauty Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2019/1665**

**Şikayet Edilen: My Güzellik Hizmetleri ve Sağlık Tic. Ltd. Şti (My Beauty Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://mybeautysaloon.com/>, [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** <https://mybeautysaloon.com/>, [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, *"Buz Epilasyon, Lazer Epilasyon, Dermapen, G5, Dövme Silme"* gibi güzellik salonlarında uygulanması yasak olan ve tabip tarafından uygulaması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://mybeautysaloon.com/>, [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, "Buz Epilasyon, Lazer Epilasyon, Dermapen, G5, Dövme Silme" gibi güzellik salonlarında uygulanması yasak olan ve tabip tarafından uygulaması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarına yer verildiği,

15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

Anılan Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu doğrultuda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği 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 Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonları”başlıklı (J) bendi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **My Güzellik Hizmetleri ve Sağlık Tic. Ltd. Şti (My Beauty Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781,-TL. (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2019/9920**

**Şikayet Edilen: İlknur Işık Kozm. Tekstil Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (İstanbul Transplus Saç Sorunları Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.istanbultransplus.com.tr](http://www.istanbultransplus.com.tr) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 9/10/2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra**: İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** [www.istanbultransplus.com.tr](http://www.istanbultransplus.com.tr) adresli internet sitesinin 09.10.2019 tarihli görünümünde örnek olarak,*"Kampanyalı Fiyatlarda Son Günler. Bize Hemen Ulaşın, kaydınızı yaptırıp depozitonuzu yatırın, kampanyalı fiyatımızdan 6 ay boyunca dilediğiniz zaman yararlanın.", "Biz Kimiz? İstanbul Transplus Saç Sorunları Merkezi, modern saç nakli alanında uzmanlaşmış ekibiyle, gerek gerçekleştirdiği operasyon sayısı gerekse bu girişimlerin kalitesi ve yaygın uluslararası hasta memnuniyetiyle, bugün sadece Türkiye’de değil, dünyada da sayılı merkezlerden birisi haline gelmiştir. Sizlere daha geniş ve daha kapsamlı hizmet verebilmek adına, merkezini Anadolu’ya taşımaya karar veren İstanbul Transplus Saç Sorunları Merkezi, faaliyetlerine 6 yıldır Konya’da devam etmektedir."* şeklinde ifadeler ile sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkili olmayan kuruluşun bu alanda sunduğu hizmetlere yönelik tanıtımlarının yapıldığı,

- [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 09.10.2019 tarihli görünümünde, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlem olan "saç ekimi" uygulamasına yönelik tanıtımlar yapılarak bu uygulamanın yapıldığı hastaların ve tedavilerin görüntülerine yer verildiği, *"'Kredi kartım yok, taksitle saç ekimi yaptırmak istiyorum.' diyenler için ayda 150 TL taksitle saç ekimi (...)"* biçiminde tıbbi tedavilere yönelik kampanyalı fiyat bilgilerine, *"Bayrama yeni saçlarınızla girmek istemez misiniz? Yarına Özel ~~2.900 TL~~ 2.100 TL"* şeklinde talep yaratıcı ifadelere ve "*Harika bir ortam, harika personel, harika hizmet"* gibi hastalara ait yorumlara yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayet edilen kuruluşun sağlık alanında hizmet sunmaya yetkili olmadığı ve ruhsatı da bulunmadığı halde, inceleme konusu internet sitesinde tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yayımladığı, diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde yer alan "*bugün sadece Türkiye’de değil, dünyada da sayılı merkezlerden birisi haline gelmiştir."* şeklinde ifadelerle, kuruluşun uluslararası alanda da hizmet veriyor olduğu yönünde algı oluşturduğu, ayrıca sağlık mevzuatında “saç sorunları merkezi” olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türü bulunmadığı halde, söz konusu tanıtımlarda “Transplus Saç Sorunları Merkezi” ismiyle tanıtım yapıldığı,

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,

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

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

-Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 5/1 ve 12/1 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İlknur Işık Kozm. Tekstil Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (İstanbul Transplus Saç Sorunları Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480-TL. (Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2019/12636**

**Şikayet Edilen: Dr. Nuh GÜMÜŞTEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.jinestetik.com](http://www.jinestetik.com) ve [www.drnuhgumustekin.com](http://www.drnuhgumustekin.com) adresli internet sitelerinde ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12/10/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler: -** [www.jinestetik.com](http://www.jinestetik.com) adresli internet sitesinin 12.10.2020 tarihli görünümünde, "vajina daraltma, labioplasti, himenoplasti, idrar kaçırma, saç ekimi ve burun estetiği" gibi birçok tıbbi işlemin tanıtımlarına yer verildiği,

- [www.drnuhgumustekin.com](http://www.drnuhgumustekin.com) adresli internet sitesinin 12.10.2020 tarihli görünümünde, tüm bu tanıtımların yanı sıra, "2020 Türkiye Vizyon Ödülü", "2019 Yılı En İyi Genital Estetik Uzmanı" gibi, şahsı öven birtakım paylaşımlara yer verildiği,

- [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde ise, tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve *"Kampanyalı fiyat... Botoks + Dolgu + Gençlik Aşısı 2.200 TL"* gibitıbbi işlemlere yönelik birçok kampanyalı fiyat bilgisine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, söz konusu tanıtımların tabiplik mesleğini icra eden şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratmaya yönelik ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırı 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 Yönetmeliğinin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2019/12661**

**Şikayet Edilen: Dr. Eren TAŞTAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.drerentastan.com](http://www.drerentastan.com) adresli internet sitesinde ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com), [www.facebook.com](http://www.facebook.com), adresli sosyal paylaşım sitelerinde yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler: -** [www.drerentastan.com](http://www.drerentastan.com) adresli internet sitesinin 17.12.2020 tarihli görünümünde, *"Dr. Eren Taştan’ın cerrahi felsefesi “doğal fonksiyon ve estetik dengenin doğru kurulması” fikrine dayanır. Fonksiyon estetik için, estetik de fonksiyon için feda edilemez. Bu denge doğuştan güzel olan ve sağlıklı nefes alan burunlar örnek alınarak kurulabilir. İdeal burun anatomisi cerrahi olarak oluşturulduğunda en iyi sonuca ulaşılmış olur. İdeal sonucu milimetrik farkların belirlediği rinoplastide uzmanlaşmak için ise yıllarca süren çalışmaya, ince cerrahi yeteneklere ve gelişmiş estetik algıya ihtiyaç vardır. Dr. Eren Taştan Burun Cerrahisinde Uzmanlaşmıştır. (...) Dr. Eren Taştan Size En İdeal Sonucu Verir. Dr. Eren Taştan rinoplastinin karmaşık bir ameliyat olduğunun bilincindedir ve mümkün olan en iyi sonucu elde etmek için ameliyatta gereken her şeyi yapacaktır. Dr. Eren Taştan standart estetik anlayış yerine, her burnun ve yüzün kişiye özgü olduğu fikrini benimser. Kişiye özel burun, yüz hatları dikkate alınarak cerrahın milimetrik dokunuşlarıyla oluşur ve yüzün karakterini ifade eder. (...) Dr. Eren Taştan hasta için en uygun olan tekniği seçme konusunda titiz davranmakta ve kendi geliştirdiği teknikleri veya dünyaca bilinen başka ustaların tekniklerini kullanmaktadır. Bu teknikleri hastaya göre modifiye ederek hastaya özel çözüm yolları bulup kalıcı, doğal sonuçlar elde etmeyi ve yaptığı ameliyatın hastanın son ameliyatı olmasını amaçlamaktadır."* gibiifadelere,

- [www.instagram.com](http://www.instagram.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitelerinde, tedavi uygulanan hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere,

tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2019/12749**

**Şikayet Edilen: Müşerref ÜRETME (Derma Group Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait olup Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde "Derma Group- beauty lounge &esthetics" ismiyle ve İnstagram isimli sosyal paylaşım sitesinde "derma\_group" isimli hesap üzerinden yayımlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Sosyal Medya

**Tespitler:** İncelemeye konu edilen www.facebook.com ve www.instagram.com adresli internet sitelerinin 21.12.2020 tarihli görünümlerinde, *"Sağlık Bakanlığı Onaylı Derma Group Lazer Sistemleri ve Uygulamaları", "Derma Group ile Ayrıcalıklı İncelme ve Selülit Tedavileri...3 Seans Uygulama Sonucu..."* gibi ifadeler ile güzellik salonlarında uygulanması yasak olan ve tabip tarafından uygulaması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarına yer verildiği tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin yürürlükten kaldırıldığı ve aynı Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı;

Anılan Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabilmesine izin verildiği, ancak, tabip tarafından uygulanması gereken lazer epilasyon işleminin yapılmasının açıkça yasaklandığı,

Bu doğrultuda; güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği tespit edilen ve dolayısıyla sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun, inceleme konusu tanıtımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen çeşitli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı, söz konusu tıbbiişlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği 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 Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonları”başlıklı (J) bendi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Müşerref ÜRETME** **(Derma Group Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2019/12759**

**Şikayet Edilen: Dr. Ümit AKTAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.umitaktas.com](http://www.umitaktas.com) ve [www.ilacsizyasam.com](http://www.ilacsizyasam.com) adresli internet sitelerinde yayımlanan tanıtımlar ile Twitter isimli sosyal paylaşım sitesinde "@drumitaktas" hesabıyla 15.01.2020 ve 16.01.2020 tarihlerinde yayımlanan paylaşımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15-16/1/2020, 29/12/2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Sosyal Medya

**Tespitler:** - [www.umitaktas.com](http://www.umitaktas.com) adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde, "diyabet, çölyak, migren, kanser, romatoid artrit" gibi çeşitli hastalıkların tedavisine yönelik olarak, "fitoterapi, ozon terapi ve akupunktur" yöntemlerinin tanıtıldığı, bu tanıtımlarda "*Kronik Ağrılara Karşı Akupunktur. (...) Binlerce yıllık bir tedavi sistemi olan akupunkturun en çok kullanıldığı alan, kimyasal tıbbın tehlikeli ve yetersiz ‘çözümler’ sunduğu kronik ağrılar. Milyonlarca insanın ağrı tedavisi için başvurduğu bu sistemin etkinliğini kanıtlayan birçok bilimsel çalışma ve klinik araştırma var. (...) Söz konusu çalışma, akupunkturun kronik ağrılarda etkinliğini kanıtlayan şimdiye kadar yapılmış en kapsamlı araştırmalardan biri olma özelliğine sahip. (...) Sözün özü: Ciddi yan etkileri olan güçlü ağrı kesicilerle kıyaslandığında akupunktur açık ara önde kazanıyor!", "Henüz meslek hayatımın ilk yıllarında acı bir gerçeğin farkına vardım: Biz doktorlar, hiçbir kronik hastalığı tedavi edemiyorduk! (...) Bu yanlışın farkına vardığımda, “Hastalarımı nasıl tedavi edebilirim? Bize öğretilen kimyasal tıp dışında bir seçenek yok mudur?” diye sormaya başladım ve bu soru beni uzun bir eğitim yolculuğuna çıkardı. Aldığım eğitimler beni Fitoterapi ile tanıştırdı ve Fitoterapi öğrendikten sonra, tüm hayatım değişti. Bir tıp doktoru olarak bitkisel tedaviler alanındaki uzmanlığımın ışığında, bitkilerin içindeki aktif maddelerden faydalanarak, doğru beslenerek sağlıklı yaşamanın mümkün olduğunu gördüm. Hatta sağlıklı bir yaşamın tek yolu, doğru beslenme! Sırtını kimyasal ilaçlara yaslayan tıp ekolünde sağlam bir reformun zamanı geldi de geçiyor! Bugün kimyasal tıbbın temel sorusu “Bu hastalığa hangi ilacı vermeliyim?” haline gelmiştir. Oysa olması gereken öncelikle hastalıkları engellemek için çalışmak ve bu çabaya rağmen oluşan hastalıklar için de “Bu hastalığı nasıl tedavi edebilirim?” diye sormaktır. Örneğin kanser tedavisinde hücre öldürücü zehirler vermek yerine, kanserin neden bu kadar yaygınlaşıp bir genç yaş hastalığı haline geldiğini sorgulamalı ve hastaların bağışıklık sistemlerini güçlendirmek için uğraşmalıyız."* gibi ifadelere yer verildiği,

- Diğer taraftan, [www.umitaktas.com](http://www.umitaktas.com) adresli internet sitesinden "Dr. Ümit Aktaş Ürünleri Resmi Satış Sitesi" şeklinde yönlendirme yapılan [www.ilacsizyasam.com](http://www.ilacsizyasam.com) adresli internet sitesinde çeşitli gıda takviyelerinin tanıtımının ve satışının yapıldığı,

- Twitter isimli sosyal paylaşım sitesinde anılan doktora ait "drumitaktas" isimli hesap üzerinden 15.01.2020 ve 16.01.2020 tarihlerinde yapılan paylaşımlarda, *"Depresyona karşı savaşırken, haplardan değil Sarı Kantaron Kürü’nden destek almanızı öneriyorum."*, *"Antidepresanlar intihara eğilimi artırıyor, şiddete eğilimi artırıyor, Bipolar bozukluğa sebep oluyor, diyabetten kalp hastalığına kadar bir çok hastalığa sebep oluyor."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan değerlendirmelerde,

- [www.umitaktas.com](http://www.umitaktas.com) adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar aracılığıyla tıp alanında hastalıkların tedavisinde kullanılan birtakım yöntemlerin kötülenerek, anılan hekim tarafından uygulandığı bilinen fitoterapi, ozon terapi, akupunktur gibi yöntemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca söz konusu internet sitesinde sağlıklı beslenme ile tüm hastalıkların tedavisinin mümkün olabileceği yönünde izlenim uyandırılmasının hastaları yanlış yönlendiren, hastalıklardan korunma ve hastalıkları tedavi etme amacıyla tıp alanında uygulanan bilimsel yöntemlerden uzaklaştıran nitelikte değerlendirildiği, bu tür tanıtımların kişilerin sağlık alanında yanlış veya eksik bilgilenmesine sebep olabileceği ve toplum sağlığını olumsuz yönde etkileyebilecek nitelikte olduğu,

- [www.umitaktas.com](http://www.umitaktas.com) adresli internet sitesinden "Dr. Ümit Aktaş Ürünleri Resmi Satış Sitesi" şeklinde yönlendirme yapılan [www.ilacsizyasam.com](http://www.ilacsizyasam.com) adresli internet sitesinde çeşitli gıda takviyelerinin tanıtımının ve satışının yapıldığı; söz konusu ürünlerin tanıtımlarında "Doktor Ümit Aktaş" isminin yer almasının ve bu ürünlerin satışına aracılık edilmesinin hekimlik mesleğini icra eden şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen nitelikte değerlendirileceği, ayrıca anılan internet sitesinde gıda takviyesi olarak satışa sunulan ürünlerin "ruhsatlı ürün" olarak tanıtıldığı, bu durumda, ilgili mevzuat gereği söz konusu ürünlerle ilgili olarak yerine getirilmesi zorunlu olan yasal prosedürlerin tüketicilere sadece bu ürünlere özgü bir nitelik olarak lanse edilmesinin tüketiciler açısından yanıltıcı ve ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği,

- Bunlara ek olarak, Twitter isimli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait "drumitaktas" isimli hesap üzerinden 15.01.2020 ve 16.01.200 tarihlerinde yapılan paylaşımlarda, *"Depresyona karşı savaşırken, haplardan değil Sarı Kantaron Kürü’nden destek almanızı öneriyorum."*, *"Antidepresanlar intihara eğilimi artırıyor, şiddete eğilimi artırıyor, Bipolar bozukluğa sebep oluyor, diyabetten kalp hastalığına kadar bir çok hastalığa sebep oluyor."* şeklinde ifadelere yer verildiği, bu ifadelerin psikiyatri alanında uzmanlık eğitimini almış doktorlar tarafından tedavi edilmesi gereken bir hastalık olan depresyon hastalığına yönelik tedavi önerisi olarak algılandığı, bu bağlamda söz konusu ifadeler yoluyla, psikiyatri alanında uzman hekimlerin depresyon hastalığının tedavisinde uyguladıkları tedavi yöntemlerinin ve dolayısıyla bu alanda hizmet veren hekimlerin faaliyetlerinin kötülendiği; buna karşın psikiyatri alanında uzman olmayan şahsın söz konusu hastalığın bitkisel kürlerle tedavi edilmesine yönelik çeşitli bilgiler vermesinin tüketiciler açısından yanıltıcı ve aldatıcı olacağı,

Tüm bu durumların; sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan ve söz konusu hekimin mesleğine ticari bir görünüm veren nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 8, 10, 24, 25 inci ve Ek 13 üncü maddeleri,

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-ç, 7/1, 7/2 7/3, 7/4, 7/5-a 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Ümit AKTAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781,-TL. (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2020/677**

**Şikayet Edilen: Umay Güzellik Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.umaybeauty.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.umaybeauty.com adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Akne ve Sivilce Tedavisi, Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘umayguzellikmerkezi’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Ödem Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Kimyasal Peeling Somon Dna’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Umay Uzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dolgu, Hacamat, Somon Dna, Botox, Dermapen, Lazer Epilasyon, Akupunktur’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Umay Güzellik Merkezi” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklandığı,

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Umay Güzellik Merkezi”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.umaybeauty.com adresli internet sitesinin 30.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Akne ve Sivilce Tedavisi, Leke Tedavisi, Çatlak Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘umayguzellikmerkezi’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dermapen, Ödem Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Kimyasal Peeling Somon Dna’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine,

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘Umay Uzellik’ kullanıcı isimli sayfanın 30.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Dolgu, Hacamat, Somon Dna, Botox, Dermapen, Lazer Epilasyon, Akupunktur’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Umay Güzellik Merkezi** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2020/1684**

**Şikayet Edilen: Zehra KAHRAMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/zehrakahramanmakeup/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “zehrakahramanmakeup”kullanıcı isimli sayfanın 13.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘İlk seansta leke tedavisinde gözle görülür açılma…İğnesiz mezoterapi cihazı ile yaptığımız cilt bakımı uygulaması göz kenarlarında fark edilir açılma lekelerde açılma…Saç ekmiyoruz saç çıkarıyoruz…İğnesiz mezoterapi yöntemi ile parlak ve sağlıklı bir cilde kavuşmanın mümkün olduğu…dekolte kırışıklık ve leke onarımı uygulaması sizde kırışıklık ve lekelerinizden kurtulmak ister misiniz’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Zehra Kahraman Make Up Artist”* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklandığı,

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitesinde; kuruluşun isminin *“Zehra Kahraman Make Up Artist”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait “zehrakahramanmakeup”kullanıcı isimli sayfanın 13.10.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘İlk seansta leke tedavisinde gözle görülür açılma…İğnesiz mezoterapi cihazı ile yaptığımız cilt bakımı uygulaması göz kenarlarında fark edilir açılma lekelerde açılma…Saç ekmiyoruz saç çıkarıyoruz…İğnesiz mezoterapi yöntemi ile parlak ve sağlıklı bir cilde kavuşmanın mümkün olduğu…dekolte kırışıklık ve leke onarımı uygulaması sizde kırışıklık ve lekelerinizden kurtulmak ister misiniz’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

ancak, ilgili mevzuatta tıbbi bir işlem olarak değerlendirilen *“Leke Tedavisi, Mezoterapi”* gibi hizmetlere yönelik açıklayıcı bilgilerin yalnızca sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun belirtilen hizmetleri uygulamasının ve bu hizmetlere ilişkin açıklamalarda bulunmasının ilgili mevzuata aykırı olarak değerlendirildiği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Zehra KAHRAMAN** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2020/1692**

**Şikayet Edilen: YBM Masaj Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesi ile www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesi ile www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘YBM Manuel Uygulama’ kullanıcı isimli sayfaların 26.10.2020 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *'Skolyoz, tetik parmak, baş dönmesi, kireçleme, bel ağrısı, boyun düzleşmesi, fıtık'* gibi rahatsızlıkların yapılan uygulamalar ile tedavi edildiği ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

Diğer taraftan; masaj salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırıldığı dikkate alındığında kullanılan ifadeler ile kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim kazandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, sağlık meslek mensuplarının mesleklerini sunabilmeleri için gerekli usul ve esasları düzenleyen 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının İcrasına Dair Kanun'un 1 inci maddesinde; *“Türkiye Cumhuriyeti dâhilinde tababet icra ve herhangi surette olursa olsun hasta tedavi edebilmek için tıp fakültesinden diploma sahibi olmak şarttır.”* hükmüne yer verilerek; ülkemizde hasta tedavi etme yetkisinin, yalnızca, tıp fakültesinden mezun ve diploma sahibi olan "tabiplere" ait olduğu belirtilmiştir.

Bu nedenle, inceleme konusu internet sitelerinde, sağlık alanında faaliyet göstermeye yetkisi bulunmayan kuruluşun *“Skolyoz, fıtık, kireçleme”*gibitıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen sorunların tedavisini bilimsellikten uzak yöntemlerle yaptığı; ancak, hekim dahi olsa hiç kimsenin doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ve tedavi yöntemi haline gelmemiş bir metodu hastalar üzerine uygulama yetkisinin bulunmadığı; dolayısıyla, şikayete konu reklamların ilgili mevzuata aykırı olarak tüketici istismar edici, yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **YBM Masaj Salonu** hakkında, söz konusu tanıtımlarla ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2020/1774**

**Şikayet Edilen: Essi Özel Eğitim Öğretim İth. İhr. Güz. Tur. Sağ. ve Koz. San. Tic. A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.01.2021, 04.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.essipoliklinik.com adresli internet sitesinin 03.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfa da; *‘…Neden Özel Essi Polikliniği… Sizin iyiliğiniz bizim önceliğimizdir, bu yüzden tam donanımlı son teknolojik cihazların yer aldığı ve sertifikalı doktorlar tarafından kliniğimizde hizmet veriyoruz…’*,

- ‘Kurumsal’ başlığı altında; *‘…Biz Essi Güzellik-Estetik-Kozmetik-Eğitim olarak sizi ve sağlığınızı önemsiyoruz…25 yıldır güzellik ve estetik alanında verdiğimiz kaliteli hizmetin yanı sıra…Hizmetlerimizden faydalanmak ya da Essi Güzellik ve Estetik Grubu olarak ailemizin bir üyesi olmak isterseniz biz hep buradayız!...’*,

- ‘Kurutma Lazer Epilasyon’ başlığı altında; *‘…deriye hiç zarar vermeden istenmeyen tüylerden kurtulma garanti ediliyor. Üstelik bu uygulamanın ‘acısız’ gerçekleştiğini de eklemek gerek. Kurutma LazerTM, klasik lazer epilasyondaki gibi yaz aylarında olabilecek yan etkiler kaygısını tamamen sonlandırıyor…’*,

- ‘Lazer Epilasyon Faydaları’ başlığı altında; *‘…Lazer epilasyonun faydalarını aşağıdaki listeden okuyabilirsiniz: Hastalarda kalıcı veya uzun dönemli epilasyon sağlar. Güvenilir bir yöntemdir. Lazer epilasyon az ağrılı bir yöntemdir, hastaların çoğu tedaviye rahatlıkla uyum sağlar. Lazer epilasyon hızlı bir yöntemdir, çok kısa sürede vücuttaki tüm tüyler temizlenebilir. Lazer epilasyonun cilt üzerinde toksin ya da alerjik bir yan etkisi yoktur, cildi tahriş etmez, kalıcı yara izi bırakmaz. Batık kıllarda ve kıl dönmelerinde kullanılan bir tedavi yöntemi de lazer epilasyondur. Lazer epilasyonda cilt enfeksiyonu ve bulaşıcı hastalık riski yoktur. Depilasyona göre çok daha uygun maliyetlidir…’*,

- ‘Botoks’ başlığı altında; *‘…Botoks uygulaması 20 yıla yakın bir süredir kozmetik ve estetik sektöründe güvenle kullanılmakta olup… Yani botoks lüks bir işlem değildir…’*,

- ‘İple Yüz Germe’ başlığı altında; *‘…Bu mucizevi, basit ve acısız yöntemle 20-30 dakika gibi çok kısa bir süre içinde ortalama 7-10 yıl daha genç ve diri bir cilde kavuşmak artık mümkün oluyor… Ameliyatlarda kullanılan ipler oldukları için tamamen güvenlidir…’*,

- ‘PRP Tedavisi’ başlığı altında*; ‘…PRP uygulamasının cilt gençleştirme, leke tedavisi ve saç köklerini güçlendirme gibi faydaları vardır… Cildin kendini hızla yenilemesini sağlamaktadır… P.R.P Yönteminin Avantajları Nelerdir Diğer yöntemlerle sağlanan olumlu sonuçlar belli bir süre devam eder, ancak PRP’nin olumlu sonuçları tamamen uygulanan kişiye aittir kaybolmaz… Yarım saatten daha kısa bir sürede uygulanan bu işlem, cerrahisiz ve anestezisiz bir şekilde klinik olarak kanıtlanmış çok iyi sonuçlar alınmasını sağlar… PRP saç dökülmesini engellemede kullanılan en yeni ve en başarılı yöntemlerden birisidir. Bu yöntem ile inanılmaz sonuçlar almak mümkündür…’*,

- ‘Ozon Terapi’ başlığı altında; *‘…Ozon Terapinin Faydaları…’*,

- ‘Fraksiyonel Lazerle Cilt Gençleştirme’ başlığı altında; *‘…Kendi sınıfının en gelişmiş lazer sistemi olan Fraksiyonel Karbondiyoksit Lazer…’*,

- ‘Queen Therapy’ başlığı altında; *‘…Queen Therapy, gevşek ve sarkmış cilt, düşük kaş yapısı, boyun gıdısı ve sarkması problemlerinde oldukça etkili ve güvenilir bir yöntemdir…’*,

- ‘Plasma İle Göz Kapağı Gençleştirme’ başlığı altında; *‘…etkili bir şekilde uygulanabilir… Uygulamadan hemen sonra günlük aktiviteler rahatlıkla yapılabilmekte…’*,

- ‘Saç Dökülmesine Kök Hücre Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Bazı hasta tiplerinde saç ekimi operasyonu daha iyi sonuç veren Kök Hücre tedavisi ile yapılmaktadır…’*,

- ‘FUE Saç Ekimi’ başlığı altında; *‘…Özel Essi Poliklinik, FUE yöntemi olarak da bilinen saç ekiminin Folliculer Unit Ekstraksiyonu tekniği konusunda uzmandır. Hastalarımızın geçmişine ve beklentilerine bağlı olarak klasik FUE ve DHI (direkt saç ekimi) vb. gibi farklı FUE tekniklerini uyguluyoruz. Ücretsiz online danışmanlık formunu doldurursanız, danışman cerrahımız tarafından yazılan ve operasyonunuz hakkında daha ayrıntılı bilgi veren bir tıbbi rapor verilecektir. Müşterilerimizin mükemmel sonuçlar alabilmesi için tüm müşterilerimizi bireysel olarak değerlendiriyoruz… FUE saç ekimi operasyonlarında altın standart olarak kabul ediliyor? Neden? Çünkü FUE yöntemi doğal ve izsiz bir saç ekimi sunan bu uygulama ağrı ve sızı olmadan tamamlanır… Saç ekimi vakalarımız için her şey dahil 1 fiyat sunuyoruz, böylece hastalarımızın greft miktarları ve ekstra ödemelerle uğraşmasına gerek kalmaz. Essi’de saç ekimi maliyeti uygun ve Türkiye’de saç ekimi yaptırmak isteyen birçok kişi tarafından en güvenli seçenek olarak kabul ediliyor? Neden Türkiye’de Essi’de Saç Ekimi Yaptırmalısınız?...’*,

- ‘Reboost Mezoterapi’ başlığı altında; *‘…Mezoterapi işlemi başarılı ve etkili bir uygulamadır… Alma Beauty Reboost cihazı yardımıyla yapılan Reboost Mezoterapi işlemi çıtayı biraz daha yukarıya taşımaktadır. ALMA BEAUTY REBOOST kullandığı akustik osilasyon teknolojisi sayesinde cilt bakımında alınan etkinin çok fazla artmasını sağlar. Cilt bakım tedavisinin temizlikten, dermatolojik serumların cilde nüfuzuna kadarki adımlarının hepsine etki eder… Dermapen uygulaması ile Reboost arasındaki fark nedir… Alma Beauty Reboost İle Sağlıklı, Pırıl Pırıl Ve Göz Kamaştırıcı Bir Cilt Artık Lüks Değil… Reboost tedavisi uygulanması kolay, tüm cilt tipleri için güvenlidir ve tüm yıl boyunca uygulanabilir. Hastalar hiçbir rahatsızlık veya aksama deneyim oluşmaz, dramatik zevkli sonuçlar olur…’*,

- ‘4 Boyutlu İncelme’ başlığı altında; *‘…en iyi sonuçların alınmasını sağlamaktadır. Diyetle desteklendiğinde çok daha iyi sonuçlar alınan uygulamada… Liposuction ameliyatı sonrasında görülen sarkma problemleri yaşanmamakta…’*,

- ‘Reform Radyofrekans’ başlığı altında; *‘…Alma Beauty Şekillendirme; kırışıklıklar, ince çizgiler, cilt tonu ve sarkmalar dahil olmak üzere yaşa bağlı cilt bozukluklarını başarıyla gidermek için yeni teknolojiler sunmaktadır. Alma Beauty şekillendirme, vücut şekillendirme, cilt sıkılaştırma ve selülit çözümleri getirmektedir. Tüm işlemler güvenli, etkili… Eşsiz bir teknoloji kullanır… Etkili ve güvenli bir dermal ısınmayı sağlar… Güçlü NIR Teknolojisi… Uzun Süren Kapsayıcı Güzellik… Güvenli. Rahat. Uygun… Rahat bir deneyim sağlanır. Tedavilerin morarma, şişme veya ağrı gibi hiçbir yan etkisi yoktur ve iyileşme süresi gerektirmez. Müşteriler normal faaliyetlerine tedaviden hemen sonra dönebilirler… Yüksek bir geri dönüş sağlar. Basit kullanım ve aplikatörlerinergonomik hafifliği, tedavilerin öğrenimini ve gerçekleştirilmesini kolaylaştırır ve personele kolaylıkla devredilmelerini sağlar…’*,

- ‘Ayak Detoksu’ başlığı altında; *‘…Nobel ödülü almış bu teknoloji; ayak altında bulunan refleks noktalarından toksinlerin atılmasını sağlar…’*,

- ‘Lazerle Leke Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Lazerle leke tedavisi aşağıda verilmiş cilt lekesi tiplerine başarılı bir şekilde uygulanabilir… Çiller ve kahverengi yaşlılık lekeleri genelde başarılı bir şekilde tedavi edilirken…’*,

- ‘Akne Tedavisi’ başlığı altında; *‘…akne probleminin günümüz güzellik ve estetik teknolojileri ile çözümü mevcuttur. Akneli veya akneye yatkın olan ciltler için anti akne cilt bakımı, kimyasal peeling ve lazer uygulaması yapılarak yüz güldüren sonuçlar alınabilir… Anti akne cilt bakımı ile yüz güldüren sonuçlar elde edilebilir… Sağlıklı ve etkili sonuçlar verir…’*,

- ‘Kimyasal Peeling’ başlığı altında; *‘…Kimyasal peeling aşağıda verilen uygulamalarda başarılı bir sonuç elde edilmesini sağlar…’*,

- ‘Plasma İle Göz Kapağı Gençleştirme’ başlığı altında; *‘…sağlıklı ve etkili bir şekilde uygulanabilir… Günlük aktiviteler rahatlıkla yapılabilmekte…’*,

- ‘Anti Akne Cilt Bakımı’ başlığı altında; *‘…anti akne cilt bakımı ile yüz güldüren sonuçlar elde edilebilir. Bilinmesi gereken en önemli nokta cilde zarar vermemektedir…’*,

- ‘Mikro Dermabrazyon Uygulaması’ başlığı altında; *‘…yaşlandırmayı geciktirici bir etkiye sahiptir. Mikrodermabrazyon anestezi gerektirmeden yapılabilen ağrısız yan etki ve riskleri olmayan bir tedavi yöntemidir. İşlemden hemen sonra kişi günlük aktivitelerine rahatlıkla dönebilmektedir…’*,

- ‘Reboost İğnesiz Mezoterapi’ başlığı altında; *‘…Reboost tedavisi uygulanması kolay, tüm cilt tipleri için güvenlidir ve tüm yıl boyunca uygulanabilir. Hastalar hiçbir rahatsızlık veya aksama deneyim oluşmaz, etkili ve yüzgüldüren sonuçlar ortaya çıkar…’* gibi tıbbi işlemlere ilişkin bilgilendirme sınırını aşan ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘essipoliklinik’ kullanıcı isimli sayfanın 04.01.2021 tarihli görünümde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Striastop uygulaması ile çatlaklarınızı gideriyoruz. Daha güzel bir ten, sorunsuz bir cilt kim istemez ki? Doğum sonrasında üzen ya da ani kilo değişiklikleriyle oluşan çatlaklarınızı yok ediyoruz! striastopturkey ile cildinizi güçlendiriyoruz!...15 dakikada 10 yıl öncesine gitmen mümkün! Doktor Metin Demir ve uzman ekibi ile cildinde yaşını gösteren kırışıklarından ve yorgunluklarından kurtulmanın vakti! Zamanı, @essipoliklinik 'te durdur! Yeni yıla özel avantajlı fiyatları kaçırma!... Fraksiyonel Lazer ile yenilenen bir cilt için yeni yıl kampanyasını kaçırma! Peki neden Fraksiyonel Lazer? Son teknoloji lazer ile istenmeyen lekelerinize, cilt sarkmalarınıza, akne izlerinize, renk değişikliklerinize acısız son verebilmek için!...* *Fraksiyonel Lazer ile cildinizi yenileyin… Muhteşem Kasım'ın Son Fırsatı! Avantajlı fiyatları ile Dünya'yı Güzelleştiriyoruz! Saç Prp ve Kaş Prp ile daha canlı ve güçlü kıl köklerine hazır mısınız? Essi ekibi ile güzelleşin!...* *Işıltınız gizli kalmasın, her yerde parlasın!Anlaşmalı şubelerde, selfieni çek yaptıracağın bir sonraki uygulamada 100 TL değerindeki hediye kartını yakala!...* *Dev çekiliş! Bu çekiliş bambaşka! 1800 TL değerinde Dudak Dolgusu hediye ediyoruz.Üstelik kazanan kişilerin etiketledikleri arkadaşlarını da unutmadık! Onlar da 500 TL değerinde Gençlik Serumu kazanıyor… Çatlak tedavisi için bizimle iletişime geçebilirsiniz… Bizimle tekrar şekillenmek için…15 dakikada 10 yıl öncesine gitmen mümkün! Doktor Metin Demir ve uzman ekibi ile cildinde yaşını gösteren kırışıklarından ve yorgunluklarından kurtulmanın vakti! Zamanı, @essipoliklinik 'te durdur! 26. Yılımıza özel avantajlı fiyatları kaçırma!...’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; bununla birlikte, tıbbi işlemlere ilişkin çekiliş ve kampanya bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte, www.essipoliklink.com adresli internet sitesinde ‘Ayak Detoksu’ başlığı altında yer alan, *‘…Nobel ödülü almış bu teknoloji; ayak altında bulunan refleks noktalarından toksinlerin atılmasını sağlar. Ayak detoksu sonrası vücuttaki toksinlerin atılması ile birçok kişi daha zinde, daha mutlu ve daha enerjik hissettiklerini belirtirler. Tedavi Hollanda’nın sektöründeki en büyük şirketlerinden Bentlon’un D-Toxer cihazı ile uygulanmaktadır…’* ifadelerinde belirtilen ‘Ayak Detoksu’ işleminin Nobel Ödülü aldığına ilişkin iddianın ispata muhtaç olduğu ve bu iddianın Bakanlığa gönderilen bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı; dolayısıyla bu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Essi Özel Eğitim Öğretim İth. İhr. Güz. Tur. Sağ. ve Koz. San. Tic. A. Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlarla ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2020/2425**

**Şikayet Edilen: Özel Klinik 34 Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.klinik34.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.klinik34.com.tr/ adresli internet sitesinin 13.11.2020 tarihli görünümünde örnek olarak;

- Ana sayfada; *‘…keyifli bir deneyim. Sağlıklı ve güzel gülümsemeler için en kaliteli diş tedavileri ve hizmetlerini sunuyoruz… Güzel Gülüşler Yaratıyoruz…Klinik34, diş ve ağız hastalıklarının tedavisinde uzmanlaşmış, modern bir diş kliniğidir. Tüm diş hekimliği alanlarından kapsamlı hizmetler sunuyoruz. İleri teknoloji diş ekipmanlarına ek olarak, tüm hizmetler konforlu ve lüks bir ortamda sunulmaktadır. Yeni hastalar ücretsiz ağız sağlığı danışmanlığı ile karşılanmaktadır… Korkunun üstesinden gelmenize ve nihayet ağız sağlığının tadını çıkarmanıza yardımcı olacak bir dizi hizmet sunuyoruz… Gelişmiş protezlerle konuşma ve yeme kabiliyetinin yanı sıra gülümsemenizi yenileyebiliriz… Özel sağlık ihtiyaçlarınız için özelleştirilmiş çeşitli periodontal tedaviler sunuyoruz… Klinik 34 olarak alanında uzmanlaşmış kadromuz ile tüm mesleki gelişmeleri takip eden, sayısız kongre ve seminerlere günümüz Diş Hekimliği uygulamalarını ve anlayışını sizlere daha iyi yansıtmak adına var gücümüzle çalışmaktayız…’*,

- ‘Ekibimiz’ başlığı altında; *‘Klinik 34 olarak alanında uzmanlaşmış kadromuz ile tüm mesleki gelişmeleri takip eden, sayısız kongre ve seminerlere günümüz Diş Hekimliği uygulamalarını ve anlayışını sizlere daha iyi yansıtmak adına var gücümüzle çalışmaktayız…’*,

- ‘Soru Cevaplar’ başlığı altında; *‘…Acil olarak ağrınız ve şikayetiniz olduğunda kliniğimize randevusuz bir şekilde gelebilirsiniz… Kliniğimizde muayne ve buna bağlı olarak röntgen çekiminden herhangi bir ücret talep edilmemektedir…’,*

- ‘İmplant’ başlığı altında; *‘…basit bir cerrahi işlemdir… Ameliyat sırasında hiç ağrı hissetmezsiniz…’*,

- ‘Lamina’ başlığı altında; *‘…dişe yapışmasıyla elde edilen en doğal estetik tedavidir…yıllar boyunca sorunsuz bir şekilde kullanılabilir… 1 hafta sonra laminalar gülümsemeniz için hazır durumda olacaktır… Lamina veneerleri neden tercih etmeliyim? Lamina veneerleri tercih etmemizin iki major faktörü vardır, birincisi diş yüzeyinden minimum aşındırma yaparak hazırlanır, aşındırılan yüzey dişin sadece dış yüzeyi olduğu için dil ve damak bölgesindeki doğal diş yüzeyleri sağlam kalır. Böylelikle sağlıklı diş yüzey kayıpları çok aza indirilmiş olur. İkinci nedeni ise estetik beklentileri üst düzey özellikleri sayesinde karşılamasıdır. Işık geçirgenliği ve doğal dişler ile olan biyolojik uyumluluğu kabul edilen standartların çok üstündedir… Uzun yıllar boyunca güvenle kullanılabilir…’*,

- ‘Inley-Onley’ başlığı altında; *‘…Estetik ve dayanıklılık açısından geleneksek dolguların ve kompozit dolguların çok çok üstünde bir tedavi seçeneğidir.’*,

- ‘Tam Seramik Bilgisayar Destekli’ başlığı altında; *‘…dişe en yakın şeffaflik ve ışık geçirgenliğinin olması dişi çok iyi taklit etme olanağını tam seramik protezlerin en önemli özelliğidir…’*,

- ‘Zirkonyum Diş Kaplama’ başlığı altında; *‘…şekil verilme özelliklerinin çok üstünde bir tedavi şeklidir…bozulma görülmediği için uzun yıllar kullanılabilir…Zirkonyum avantajları: Zirkon kuron kaplamalar günümüzde metal altyapılı klasik porselen kaplamalara göre avantajları olduğu için daha yoğun bir şekilde tercih edilmeye başlanmıştır…doğal dişleri taklit etmekte çok başarılıdır. Diğer yanda metal altyapılı porselenlerde bu özellik sıfırdır. Özellikle ön bölge estetik uygulamalarda zirkon kuron ve köprüler başarılı sonuçlar meydana getirmektedir… Kuron ve köprüler günümüzün son teknoloji diş hekimliği uygulamaları arasında yer alır… Herhangi bir problem oluşturmamaktadır. Bu sebeple özellikle ön bölge estetik uygulamalar ve tüm çene implant üstü zirkonyum kuron köprü çalışmaları çok başarılı bir şekilde hastalara uygulanabilir…’*,

- ‘Pembe Estetik’ başlığı altında; *‘…ağrısız, kanamasız ve dikişsiz olarak istenilen estetiğe dönüştürülür… Bu tip estetik problemlerle kliniğimize başvuran hastalarımıza Lazer ile diş etinde düzenleme yapılarak diş etlerine istenilen formun verilmesi mümkündür… Diş eti estetiğinde günümüzde en iyi sonuçları veren tedavi cinsi lazer ile yapılan işlemlerdir. Operasyon sırasında kanama olmaması operasyon sonrasında iyileşmenin daha hızlı olması lazeri diğer cihazlar karşısında çok avantajlı duruma getirmektedir. Lazer ile estetiği sağlamanın mümkün olmadığı durumlarda uzman hekimlerimizce…’*,

- ‘Estetik Porselen Braket’ başlığı altında; *‘…Beyaz braketlerle birlikte kullanılan şeffaf teller yine hastanın metal gülümseme şikayetini ortadan kaldırmaktadır. Bu tedavi klasik ortodonti tedavisini uygularken hastanın yaşadığı görüntü şikayetlerini ortadan tamamen kaldırırken aynı zamanda metal braketlerin yarattığı koku ve renklenme problemlerine de son vermektedir.’*,

- ‘Telsiz Ortodontik Tedavi’ başlığı altında; *‘Ortodontik tedaviye yeni bir boyut getiren Invisalign görünmez apereyleri, diş çapraşıklıklarının düzeltilmesinde görünmez bir çözüm olup, bu sayede tedavi sonunda olduğu gibi tedavi süresince de gülümsemeniz mümkün olacaktır… Eşsiz ClinCheck yazılımının gerçekleştirdiği… Invisalign ile tedavi sırasında söylemediğiniz sürece kimse kullandığınız apareyleri fark etmeyecek, rahatça istediğiniz besini tüketebilecek ve gülümsemeniz her geçen gün düzelirken sosyal hayatınız da hiç etkilenmemiş olacaktır.’*,

- ‘İmplant Üstü Protezler’ başlığı altında; *‘…İyi tasarlanmış ve labaratuar aşamaları başarılı sonuçlanmış implant üstü protezler uzun yıllar ağızda güvenle ve sağlıklı bir şekilde kullanılabilir. İstenildiği taktirde implanlara hiç bir zarar vermeden…’*,

- ‘Endodonti’ başlığı altında; *‘…Kök kanal tedavisi ağrılı bir tedavi değildir. Kullanılan lokal anestezikler sayesinde hastalarımızın tedavileri ağrısız ve konforlu bir şekilde sonlandırılır… Konusunda uzman (endodontist) hekimlerin yaptığı kök kanal tedavilerinde başarı oranı günümüzde %98 civarındadır…’* ifadeleri ile,

- ‘Tam Seramik Bilgisayar Destekli, Zirkonyum Diş Kaplama, Pembe Estetik’ başlıkları altında hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Klinik 34 Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2020/4417**

**Şikayet Edilen: Fatih YILDIZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler** www.instagram.comadresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait ‘dr.fth’ kullanıcı isimli sayfanın 15.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…Sonuç için 7 ay kalmasına rağmen 5.ayda bile mutlu hastalar, Doğru teknik Doğru takip ve yönlendirme... Sonuç için 4 ay kalmasına rağmen, Doğru teknik Doğru takip ve yönlendirme... Sonuç için 8 ay kalmasına rağmen 4.ay da bile mutlu hastalar, Doğru teknik Doğru takip ve yönlendirme... 10-15 Dk lık işlem ile olağanüstü değişim, Küçük dokunuşlar, Büyük değişimler…Burun dolgusu 10 dakikalık işlem.. 1-1.5 senelik etki süresi… Özellikle kadınlarda ağız köşesinden aşağıya inen derin oyuk, çizgiler kişinin yüzünde üzüntü ifadesi bırakır. Dolgu veya botox veya ikisinin de bazen yardımı ile tamamen kaybettirilebilir...7 ayda güzel sonuç… Dudak dolgusu, Naturel dudak asimetri düzeltildi dudak dolgu olduğu anlaşılmayacak güzellikte belirginleştirildi... Beauty by dr.Fatıh Yıldız… Vızır vızır saç ekimi planlamaları. Saç çizgisi yukarda, alnı geniş kadınlarda tıraşsız saç ekimi seçeneği mevcut neyse ki... Dudak dolgusu bu kez yine NATUREL DUDAK isteği. Dr. Fatıh Yıldız… Burun dolgusu ile rinoplasti Nose Fıller. Dr.Fatıh Yıldız… Son Rötuşlar Küçük Dokunuşlar İnanılmaz Değişimler Dr. Fatih Yıldız… Aynı gülümseme Kaybolan kırışıklıklalar. Botoxla birlikte yapılan facelift özellikli gençlik aşısının etkisi ile cilt yenilendi, kırışıklıklar kayboldu, cildin parlaklığı ve nemi arttı. Sanırım hastaya söylenen; "10 yaş gençleşmişsin" tepkisi en hoş şey. Dr. Fatih Yıldız… Küçük dokunuşlar büyük değişimler…10 dk'lık bir işlemle 3 gün içinde yüzde inanılmaz değişimler oluşmasını sağlar... Henüz 4 ayda güzel sonuç eldesi Sadece bilimle birleşen kalitenin getirisi... Botox ile çizgiler derinleşmesin, derinleşenler gerilesin, cilt parlayıp canlılık kazansın Dr. Fatıh Yıldız… Çok yapıp az paylaşım yaptığım bir konu Botox Dolgu Genclık Aşısı Nem Aşısı Prp Mezoterapı Etc. Dr. Fatıh Yıldız… Yavaş sabırla profesyonellikle sık ve güzel ekim yapmak Dr. Fatih Yıldız…’* gibi ifadeler ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere; ayrıca, tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere; bununla birlikte, *‘…Ellerinize sağlık Fatih hocam çok memnun kaldım gerçekten çok güzel oldu çok teşekkür ederim… Çok başarılı eline sağlık…’* gibi övücü nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsın pratisyen hekim olup *‘Saç Ekimi, Dolgu, Botoks, Mezoterapi, Prp, Gençlik Aşısı’* gibi medikal estetik uygulamalarda yetkili olduğunu gösteren resmi onaylı bir belgeye sahip olmamasına rağmen, inceleme konusu internet sitesinde yetki alanında bulunmayan medikal estetik uygulamalarda hizmet sunduğu yönünde reklam yapmasının; benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8, 10 ve 24 üncü maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 26, 29 ve 32 nci maddeleri ile ‘Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar’ başlıklı Yönetmelik ekinin A-8 maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

Buna göre, reklam veren **Fatih YILDIZ** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2020/4469**

**Şikayet Edilen: Yaka Estetik**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yakaestetik.com adresli internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Dermapen, Dövme Silme, Mezoterapi, Selülit Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘yakaestetik’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Akne-Sivilce-Leke-Kırışıklık-Depigmentasyon Tedavisi, Lazer Epilasyon, Mezoterapi, Selülit Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin “Yaka Estetik” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklandığı,

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“Yaka Estetik”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.yakaestetik.com adresli internet sitesinin 27.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Dermapen, Dövme Silme, Mezoterapi, Selülit Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘yakaestetik’ kullanıcı isimli sayfanın 27.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Akne-Sivilce-Leke-Kırışıklık-Depigmentasyon Tedavisi, Lazer Epilasyon, Mezoterapi, Selülit Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara ve bu işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yaka Estetik** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2020/4587**

T. C. Uşak Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü aracılığıyla iletilen T. C. Uşak Valiliği İl Sağlık Müdürlüğü’nün başvurusu üzerine incelemeye alınan, Bahar TORLAK isimli şahsa ait www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddiasını içeren dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, www.doktortakvimi.com adresli internet sitesine inceleme konusu tanıtımlarla ilgili olarak bilgi, belge ve görüş sorulması istemiyle **dosyanın ertelenmesine**karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2020/4592**

T. C. Uşak Valiliği Ticaret İl Müdürlüğü aracılığıyla iletilen T. C. Uşak Valiliği İl Sağlık Müdürlüğü’nün başvurusu üzerine incelemeye alınan, Ömer BÜYÜKDURNA isimli şahsa ait www.doktortakvimi.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olduğu iddiasını içeren dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, www.doktortakvimi.com adresli internet sitesine inceleme konusu tanıtımlarla ilgili olarak bilgi, belge ve görüş sorulması istemiyle **dosyanın ertelenmesine**karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2020/4627**

**Şikayet Edilen: İstanbul Med Güzellik Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.istanbul-med.com adresli internet sitesi ile www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.istanbul-med.com adresli internet sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Akne Tedavisi, Sivilce Tedavisi, Leke Tedavisi’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘istanbulmedpendik’ kullanıcı isimli sayfanın 21.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dövme Silme, Et Beni’* gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili fiyat bilgilerine yer verildiği, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte; inceleme konusu tanıtımlarda; kuruluşun isminin *“İstanbul Med Güzellik Merkezi”* olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklandığı,

Bununla birlikte, İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtildiği,

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Güzellik Salonları" başlıklı J Bölümünün 16.1 inci maddesinde "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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmasına rağmen inceleme konusu internet sitelerinde; kuruluşun isminin *“İstanbul Med Güzellik Merkezi”* olarak nitelendirildiği; ancak, kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesi sebebiyle söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

Bununla beraber; www.istanbul-med.com adresli internet sitesinin 21.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Akne Tedavisi, Sivilce Tedavisi, Leke Tedavisi’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘istanbulmedpendik’ kullanıcı isimli sayfanın 21.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘Lazer Epilasyon, Dövme Silme, Et Beni’* gibi güzellik salonlarında uygulanması mevzuat gereği yasak olan ve tabip tarafından uygulanması gerektiğinden tanıtımının yapılmasına da izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlar yapıldığı; ayrıca, söz konusu işlemlerle ilgili fiyat bilgilerine yer verildiği, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlar aracılığıyla kuruluşun sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.2, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İstanbul Med Güzellik Merkezi** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2020/4629**

**Şikayet Edilen: Lazer Güzellik Hizm. Teks. Turizm İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://nexusguzellik.com adresli internet sitesinin 22.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak,

-Ana sayfa da; *‘…Nexus estetik ve plastik cerrahi, ameliyatsız yüz gençleştirme teknolojileri, medikal estetik uygulamaları, saç ekimi işlemleri aynı çatı altında toplandığı, dünya standartlarında hizmet veren bir estetik plastik cerrahi merkezidir…’*,

- ‘Hakkımızda’ başlığı altında; *‘…Biz işimizi ilk günkü heyecanımız ile yapmaya devam ediyoruz. Her zaman alanında uzman ve güler yüzlü çalışanlarıyla hizmet verip müşteri memnuniyetini ilk sırada tuttuk. Yeniliği ilke edinerek gelişen dünya ile son teknolojinin takipçisi ve kullanıcısı olduk. Yılların vermiş olduğu tecrübe ve profesyonel kadromuz ile her zaman samimi hizmet anlayışını benimsedik ve yolumuza böyle devam edeceğiz…’*,

- ‘Lazer Epilasyon’ başlığı altında; *‘…tüylerden kalıcı bir yol ile kurtulmayı sağlayan sistemdir… İstenmeyen tüylerden kalıcı, pratik ve acısız bir şekilde kurtulmak için… Sağlıklı ve başarılı bir işlemin gerçekleşmesi için… Cihazların daha kolay ve başarılı bir şekilde nüfuz etmesini sağlayacaktır… Uygulamalar içerisinde en çok tercih edilen cihazdır… Bu sistem daha çok, koyu renk kıllarda ve açık tenli kişilerde daha başarılı sonuçlar görülmektedir… Cilt yüzeyinde açığa çıkan bir enerji bulunmadığı için daha başarılı bir sistemdir… Cilt rengi esmer kişiler için bile son derece güvenlidir… Ancak diğer uygulamalara göre daha kesin ve güvenli sonuçlar görülmektedir… Cilt leke ve dövme tedavisinde çok etkili bir sistemdir… Cilt gençleştirme sisteminde dokunun içerisine etki etme açısından oldukça etkili bir uygulamadır… Lazer Epilasyonun Avantajları: Uzun dönemli olarak kıllardan kurtulma imkanı sağlıyor. Hızlı bir yöntem olması ve uzun zamanlı olarak kullanım imkanı sağlar. Batık kılların ve kıl dönmelerinin oluşmasını engeller…’*,

- ‘Kavitasyon’ başlığı altında; *‘…Kavitasyon ile ağrısız, anestezisiz, sızısız ve iz bırakmadan bölgesel olarak vücudu eritmek anlamına gelmektedir… Kavitasyon ile bu yağ hücreleri kolayca kırılır… Uygulama acısız ve ağrısız olduğu için anestezi işlemi uygulanmamaktadır. Bazen uygulamada ses dalgalanmasının vücutta oluşturduğu titreşim görüntüsü rahatsız edebilir fakat bu tamamen zararsızdır… Kavitasyon ile kalıcı ve anında sonuç alma imkanı sağlıyor…’*,

- ‘Çatlak tedavisi’ başlığı altında; *‘…Ardından konforla yapılabilen plazma işlemi ile çatlak bölgesinde buharlaştırma…’*,

- ‘Saf Oksijen Tedavisi’ başlığı altında; *‘…yenilemek için en başarılı yollardan biridir…’*,

- ‘Plazma Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Plexr Uygulamasının Avantajları Nelerdir? Özellikle göz kapakları ameliyat olma sınırına gelen fakat ameliyat olmaktan çekinen, bu durumdan rahatsız olan mkişiler için çok güzel bir seçenektir. Aynı zamanda botoks ve benzeri uygulamaların yapılmasına rağmen bazı göz kapaklarında kalan sarkmalar ve kırışıklıklar plazma ile giderilebilir. Genç yaşlarda olan hastalar içinde tercih edilebilecek bir yöntem olan plazma plexr, sadece lokal anestezi kremleri ile uyuşturularak yapılabilen ve kısa sürede iyileşme, ağrı ve acı gibi işlem sonrası sorunu olmayan yan etkisi olmayan bir tedavi seçeneğidir. Plexr Plazma Enerjisi yüzeysel lekelerde 1 seansta, derin yani dermal olan lekelerde 2-3 seansta çözüm olabiliyor…’*,

- ‘Akne Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Akne Tedavisinin Avantajları Nelerdir? Ciltte herhangi bir yara kabuğu oluşmaz. Ciltteki ince kırışıklıkları yok eder. Bütün akne çeşitlerinde fayda sağlar. Cilt gözeneklerini açar ve sıkılaştırır. Aktif akne odaklarını azaltır. Cilt tonunu düzenler. Cildin sebum üretiminin kontrolünü sağlar…’*,

- ‘Leke Tedavisi’ başlığı altında; *‘…Leke tedavisinin sonucunda başarı oranını etkileyen en önemli faktör; ciltte bulunan lekelerin derinliğidir. Ne kadar yüzeyde bulunursa cilt lekesi daha başarılı sonuçlar almaya imkan sağlar…’*,

- ‘Dövme Sildirme’ başlığı altında; *‘…Dövme sildirme için birçok yol olsa da bunların içinden en güvenilir ve kesin sonuç alınan uygulama lazer ile silme işlemidir… Lazer İle Dövme Sildirme İşlemi Ne Kadar Başarılı. Dövme sildirme işlemleri içerisinde en başarılı ve risksiz olan uygulama lazer ile dövme sildirme uygulamasıdır… En ideal sonuç ise açık tenli kişilerde siyah renkte yapılmış dövme işleminden alınır…’*,

- ‘ İğnesiz Mezoterapi’ başlığı altında; *‘…Bu işlem iğnesiz ve acısız olmasından dolayı çok tercih edilen bir uygulamadır… Lifting etkisini oldukça başarılı uygulayan elektroporasyon ile anti aging içerikli serumlar ile cildin yaşlanma belirtilerinin yok olmasına olanak tanıyor…’*,

- ‘Fraksiyonel Lazer’ başlığı altında; *‘…Fraksiyonel lazer, diğer lazer cihazlara oranla yan etkisinin az ve ciltte tedavi edici etkisi yüksek olması sebebiyle, son zamanlar en çok tercih edilen uygulama yöntemi olmuştur… Çatlak tedavisinde kullanılan etkili yöntemlerden biridir. Son yıllarda cilde uygulama imkanı veren dermis ve epidermiste etkili olan, en etkili lazer uygulamalarından biridir…’*,

- ‘Dudak Dolgusu’ başlığı altında; *‘…dudak dolgusu enjeksiyonu sadece 10-15 dakika süren, basit bir uygulamadır… Bu işlem son derece konforludur, dudak dolgusundan sonra günlük hayatınıza geri dönebilirsiniz… Dudak Dolgusu Güvenli Midir… Bir madde olduğu için hiçbir zararı yoktur…’*,

- ‘Dermapen’ başlığı altında; *‘…Dermapenin Avantajları Nelerdir? Cildi yeniler. İnce kırışıklıkları açar. Akne ve lekerin yok olmasını sağlar. Derinin sıkılaşmasını sağlar. Her bölgeye ve cilt tipini uygulanabilir…’*,

- ‘Prp-Cgf’ başlığı altında; *‘…Kişinin kendi kanı ayrıştırılıp enjekte edildiği için sterilizasyon kurallarına dikkat edildiği sürece hiçbir yan etkisi bulunmaktadır…’*,

- ‘Botoks’ başlığı altında; *‘…Botox, yüzde bulunan kırışıkların ve ince çizgilerin giderilmesinde en etkili yollardan biridir. Birçok estetik operasyona göre kesme işlemi olmadığı için son derece konforlu ve güvenli bir işlemdir… Dtresten belirginleşen mimik çizgilerini hafifletmek ya da ortadan kaldırmak amacıyla kullanılan, kolay ve güvenilir bir yöntemdir… Boyunda yaşla beraber belirginleşen dikey çizgileri hafifletmek ve ortadan kaldırmak için uygulanır. Mimiklere bağlı oluşan tüm yüz hareketlerinin oluşturduğu çizgilerde etkili olan botoks, formülün ince iğnelerle kaslara enjekte edilmesi ile yapılan, basit bir işlemdir… Böylece mimiklerle tepki verilmediği için ortaya çıkan kırışıklık durumunun önüne geçilmiş olur… Botoks işlemi 10-15 dakika içinde tamamlanır… Bu zamana kadar geçerli bir yan etkisi saptanmamıştır. Uygulama son derece güvenli ve konforludur…’*,

- ‘Somon Dna’ başlığı altında; *‘…Somon Dna’ Sının Faydaları Nelerdir? Cildin, su tutarak nemini korumasını ve cildin yenilenmesini sağlıyor. Daha parlak bir cilt imkanı sağlar. Cildi koruyarak, yeni lekelerin oluşmasını engeller. Cildin elastikiyetini arttırır, sıkılaştırılmış kalıcı yumuşaklık sağlar. Pürüzsüz, sağlıklı bir görünüm ve daha aydınlık bir cilde sahip olan kişi yepyeni bir ışıltı kazanır…’* gibi ifadeler ile,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘nexusklinigi’ kullanıcı isimli sayfanın 22.12.2020 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…dermapen cildinizi yeniler…lekelerden kurtulmak çok kolay…Çinlilerin inancına göre; yüzündeki bir noktayı değiştirirsen, kaderini de değiştirmiş olursun. Kalın dudaklar ile anne olmayı tutkuyla isteyen bir hal alırsın. Kliniğimizde #dudakdolgusu ile birlikte #dudakrenklendirme de yapılmakta.#dudakkontürü verilmiş çizgileri belli dikkat çekici dudaklara sahip olmak çok kolay…1 ml dolgusu 950 TL…Daha Güzel Ve Bakımlı Olmak İçin Neye İhtiyacınız Varsa Hepsi Nexus’ta…İşte Ekim Ayının Şanslısı Dudak Dolgusu! Şaşırtıcı indirimi, etkileyici sonuçları deneyimlemek için bize katılın. Dudak Dolgusu yalnızca Doktor gözetiminde ve kalite standartlarına uygun ortamda yapılmalıdır. İndirimli fiyatı öğrenmek için mesaj atabilirsiniz…indirimli fiyatları sor…İşte Heyecanlandıran Kampanya Doktor Gözetimi ve Klinik Güvencesiyle Botoks + Hi-Fu bir mesaj yakınında 800 ile bu şansı yakala!...Lazer epilasyon ile pürüzsüz ten…Lazer Epilasyonda Kampanya! Tüm bölgelerde nakitte %50 indirim. Alexandrite, Buz lazer ve Leda cihazlarıyla kıl yapınıza uygun kişisel programlar. Pürüzsüz bir ten hayal değil. Detaylı bilgi ve ücretsiz kıl analizi için mesaj atabilirsiniz…kırışıklığa botoks ile son…Botoks yaptıran üyelerimize HiFu ameliyatsız yüz germe uygulamamız hediye! Dünyaca bilinen Allergan ürün farkıyla! 750 Gençleşmek isteyenler, doktorumuz ile ücretsiz muayene randevusu için mesaj atmayı unutmayın…sizi bu görüntüden kurtarıyoruz…Botoksta Kampanya! Tüm yüz botoks yanında Hi-Fu ameliyatsız yüz germe uygulamamız göz çevresi olarak hediye! Dünyaca bilinen Allergan ürün kalitesi, Medikal Estetik Hekimi uygulama güvencesiyle! 750…Burun Dolgusu Ameliyat olmaktan korkup burnunuzun şeklinden mutlu değil misiniz? Burun dolgusu ile hayal ettiğiniz görüntü 1300 Kampanyadan yararlanmak ve ücretsiz muayene randevusu için…gençlik aşısının altın iğne ile buluşması 2250 TL…Zeytinburnu Şubemize Özel Kampanya istediniz, bizde sizi kırmadık ve sadece Zeytinburnu şubemize özel gençleştiren paket yaptık Gençlik Aşısını, Altın İğne ile birleştirip sizi geçmişin izlerinden kurtarıyoruz!...* *Saç Ekimi Saçlarınıza veda etmeyin! Sınırlı kontenjanda ki Saç Ekimi kampanyamızdan yararlanabilirsiniz DHI ve FUE Tekniği ile, Greft sınırlaması yoktur. Prp hediyeli 3999 Ücretsiz görüşme randevusu için mesaj atabilirsiniz… Saç Ekiminde Kampanya! Saçlarınıza veda etmeyin. FUE tekniğiyle saçlarınızı geri kazandırıyoruz Kampanyamızdan yararlanmak için mesaj atabilirsiniz… Bahçelievler Nexus Klinik BOTOX + Yüz Germe Kampanyasına katılın…Dudak Dolgusu ile hayal ettiğiniz dudaklara kavuşabilirsiniz! Dünyaca bilinen Juvederm farkıyla kampanyamız devam ediyor! Doktorumuz ile ücretsiz muayene randevusu için mesaj atabilirsiniz. Juvaderm farkıyla 1300 TL… Botoks! Çoğu kişinin yaptırmaktan korktuğu, yaptıranların ise sonucundan çok memnun kaldığı! Sizi olduğunuzdan daha genç gösteren mucize gibi bir uygulama! Hayır, estetik faciasına dönüşmezsiniz! Hayır, etkisi geçince daha çok kırışmazsınız!...Botoks ile gençleşmeye hazır mısınız? Dünyaca bilinen Allergan ve Dysport ürünleri ile hekim tarafından uygulanıp sizi kırışıklıklardan kurtarıyoruz! Hem de çok cazip bir kampanya ile! Botoks yaptıran üyelerimize HiFu (göz çevresi) ameliyatsız yüz germe uygulamamız hediye!...* *Kaş Ekimi Kaşlarınızın seyrekliğine kalıcı çözüm mü arıyorsunuz! Kaş ekimi ile doğal kaşlarınıza kavuşabilirsiniz Kampanyamızı kaçırmayın! 2999 TL… Botox ile zamanı durduruyoruz! Kırışıklıklarınızdan kurtulmak, daha genç görünmek artık çok kolay! Botox uygulamasını doktorumuz gerçekleştirmektedir. Ücretsiz muayene randevusu için mesaj atabilirsiniz… Cumartesi Kampanyası Lekeleriniz ile başınız dertte ise kurtulmak için harika bir zaman! Yapmanız gereken görüşme randevusu oluşturup mevcut lekenizden ve cilt probleminizden hangi uygulama ile kurtulabileceğinizi öğrenip, %50 indirimi kapmak! Detaylı bilgi ve görüşme randevusu oluşturmak için mesaj atabilirsiniz… Buz Lazer! Her mevsim lazer yaptırabilme konforu! Her cilt ve kıl rengine uygun otomatik doz ayarı! En ince kılları bile görebilme özelliği! Siz hangi kıl tipine sahipsiniz? Ücretsiz kıl analizi için mesaj atabilirsiniz!...* *Dermapen Mucizesi Mikro iğne yöntemiyle mikroskobik kanallar açılır ve cilt için en uygun serumlar ile desteklenir Cildinizi kontrollü olarak tahrip edilerek cildinizin yenilenmesini ve onarılmasını sağlar… Güneş lekeleriniz sizi artık rahatsız mı ediyor? Kurtulabilirsiniz Yapılan uygulama lazer ile leke tedavisidir Sizde leke olan bölgelerinizden kurtulmak istiyorsanız görüşme randevusu almak için mesaj atabilirsiniz… Leke Problemi! Ciltte güneşten, çevresel faktörlerden veya doğuştan lekeler oluşabilmektedir. Ciltte melanin pigment miktarının aşırı artmasıyla lekeler oluşmaktadır. Lekelerden kurtulmak için; Dermapen, Altın İğne, Karbon Peeling, Duolift, Oksijen Terapi… Zamana Meydan Okuyabilirsiniz! Gençlik aşısı ile sorunlu bölge onarılır ve size daha genç ve sağlıklı bir cilt sunar! Elastin ve kollajen desteği vererek cildi yeniler böylece size kırışıksız, toparlanmış ve genç bir cilt sunar… Leke Tedavisi Cildinizde bulunan lekeler ile yaşamak zorunda değilsiniz! Tatil dönüşü özellik sırt ve göğüs kısmında güneşten kaynaklı lekeler oluşabilir. Güneş veya farklı nedenlerden oluşan lekelerinizden sizi kurtarıyoruz…’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına dair görüntülere, ayrıca, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği, bununla birlikte, tıbbi işlemlerle ilgili kampanyalar düzenlendiği ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Diğer taraftan; inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun isminin *‘Nexus Güzellik, Nexus Güzellik Merkezi’* olarak nitelendirilerek kuruluşun türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği gibi, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 29 uncu maddesinde yer alan "*Tabelaları ile basılı ve elektronik ortam materyallerinde, ruhsatnamesinde* *kayıtlı sağlık kuruluşu ismi dışında başka bir isim kullanılamaz*. " ve 30 uncu maddesinde yer alan "*Sağlık kuruluşunun tabelasına veya basılı evrakına; ruhsatlarında yer alan mevcut isim ve unvanları* *veya tescil edilmiş isimlerinin dışındaki diğer isim ve unvanları ile faaliyet izin belgesinde belirtilen* *uzmanlık dalları haricinde başka uzmanlık dalı yazılamaz."* hükümleri gereği ayakta teşhis ve tedavi hizmeti sunan sağlık kuruluşlarının ruhsatlarında belirtilen isimlerinin dışında başka bir isim kullanamayacakları açıktır.

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lazer Güzellik Hizm. Teks. Turizm İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2020/4634**

**Şikayet Edilen: Drderm Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait ‘drderm.poliklinigi’ kullanıcı isimli sayfanın 21.02.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *‘…burun dolgusu ile ameliyat olmadan istediğiniz görünüme kavuşun…Kısa sürede, ağrı hissetmeden istediği görünüme kavuşmak isteyenler için alternatif bir çözüm olan burun dolgusu uygulaması…Cildinizin en alt katmanlarına kadar ulaşarak canlandırıcı ve yenileyici etki sağlayan Hydrafacial uygulamasını, polikliniğimizde orijinal ürün ve cihazlar ile deneyimleyebilirsiniz…Selülitler kabusunuz olmasın! Deri altındaki yağ dokularını parçalayan selülit tedavisi ile portakal kabuğu görünümünden kurtulmak mümkündür!...Kişinin ten rengi ve kıl yapısına göre belirlenen cihaz seçenekleri ile lazer epilasyonla istenmeyen tüylerden kurtulmak mümkün!...* *Doğallıktan ödün vermeden de dolgun dudaklara kavuşmak mümkün!...Saçlardaki dökülmeyi durdurmak, saça doğal canlılığını tekrar kazandırmak amacı ile yapılan Saç Mezoterapisi ile güçlü saçlara sahip olun!...saç mezoterapisi saç dökülmesinin önüne geçin…Ciltteki ince çizgiler, elastikiyet kaybı, nemsizlik, cansız ve donuk görünüm gibi problemlerde etkili bir uygulama olan Paris Işıltısı, hücresel yaşlanmayı geri çevirmekte de başarılı sonuçlar sağlar…Velashape III uygulaması ile herhangi bir cerrahi operasyona ihtiyaç duymadan, kısa sürede bölgesel fazlalıklarınızdan kurtulabilirsiniz…İstenmeyen tüylerden kurtulmanın en güvenilir ve etkili yolu, Lazer Epilasyon! Cilt ve tüy yapınıza göre belirlenecek lazer sistemleri ile istenmeyen tüylerinizden kısa sürede kurtulmak mümkündür…Her cilt tipi ve tüy yapısına uygun lazer uygulamamız ile kalıcı, etkili ve ağrısız bir epilasyon kolaylığı yaşayabilirsiniz…burun dolgusu ile her açıdan iyi görünün…botoks uygulaması mimik çizgilerinden kısa sürede kurtulmak mümkün…ince çizgilerden kurtulmak için botoks uygulamasını tercih edebilirsiniz…İstenmeyen tüylerden kurtulmanın en güvenilir, hızlı ve etkili yolu Lazer Epilasyon!...Size özel belirlenecek bölgesel zayıflama uygulamaları ile bölgesel fazlalıklardan kurtularak vücudunuzu şekillendirebilirsiniz…VelaShape III uygulaması ile selülit sorunlarına çözüm bulmak da mümkündür…Yaptırıp pişman olduğunuz dövmelerden Lazer İle Dövme Silme uygulaması ile kurtulmanız mümkün!...Etkili ve güvenli lazer epilasyon konforunu yaşamak için randevunuzu almayı unutmayın!...* *Selülitler kabusunuz olmasın! Deri altındaki yağ dokularını parçalayan selülit tedavisi ile portakal kabuğu görünümünden kurtulmak mümkündür! VelaShape III ile selülit görünümünden kurtulun…botoks mimiklerinizi kaybetmeden ince çizgilerinizle vedalaşabilirsiniz…* *Kliniğimizde erkek lazer epilasyon uygulaması da yapılmaktadır. İstenmeyen tüylere acısız, ağrısız bir şekilde veda etmek için bizimle iletişime geçin!...’* gibi ifadeler ile tıbbi işlemlerin uygulanmasına ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Drderm Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2020/4668**

**Şikayet Edilen: Silvermom Gümüş Takı Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2021, 19.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.silvermom.com adresli internet sitesinin 20.01.2021 tarihinde ‘Google’ arama sayfasında; *‘Türkiye’nin ilk onaylı markası-Doktorların önerdiği marka…Silvermom doktorların önerisini almış markadır…Doktor onaylı…’* şeklinde ifadeler ile tanıtımının yapıldığı,

www.silvermom.com adresli internet sitesinin 20.01.2021 tarihli görünümünde örnek olarak; *‘…Doktorların önerdiği marka…kan ve lenf dolaşımını %40 artırarak hücrelerdeki tıkanan enerjinin serbest bırakılmasına yardımcı olur…Çin Tıbbı’nda REN kanalı vücudun yin enerjisini barındırır, karın, göğüs, boyun, baş ve yüz problemlerini tedavi edicidir…cilt hücresinin yenilenmesine yardımcı olan masaj yöntemi ile…migren ve baş ağrılarını gidermeye yardımcı olur…Doktor annelerin önerdiği tek marka…annelerin emzirme yaralarını önlemeye ve var olan yaralarını iyileştirmeye yardımcı bir üründür…doğum sonrası hafif yara ve çatlaklar için…ileri derecede yara ve çatlaklar için…aspir yağı ve koruyucu etkisi en yüksek olan jojoba yağı cilt bariyerini onarır ve yoğun nemlendirme sağlar. İçerikte %5 oranında bulunan greyfurt uçucu yağı ve zencefil uçucu yağı cilt ve cilt altı dokudaki ödemi ve inflamasyonu azaltarak, toksinleri uzaklaştırarak, dolaşımı hızlandırarak, serbest radikal süpürücü etkileri ile cilt elastikiyetini ve pürüzsüzlüğünü arttırmaya yardımcı olup selülit görünümü ile savaşır…’* şeklinde ifadeler ile *‘…fiyatına bakmayın bence 2 ay o yarayı ve ağrıyı çektim iltihap oldu artık göğüslerimdeki yaralar neredeyse hastanelik olacaktım ama bir şekilde çok şükür iyileştim ama bilseydim böyle bir şey olduğunu alırdım çünkü o kadar kötü oldum ki Allah kimseye yaşatmasın o acıları uzun lafın kısası alın kullanın…silvermom bir mucize, sipariş ettim ve ertesi sabah hemen elime ulaştı, yaralarım o kadar kötüydü ki artık bebeğimi emzirirken kan da akıyordu bir ümit kullanmaya başladım bugün 4 gün oldu kullandığım ama inanılmaz bir derecede de düzeldi daha da toparlayacak inanıyorum artık, bebeğim de ben de çok mutluyuz. Teşekkürler silvermom…’* şeklinde tüketici yorumlarına yer verildiği,

www.silvermom.com adresli internet sitesi ile www.youtube.com adresli video paylaşım sitesinin 20.01.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak;

- ‘Doktorların Önerdiği Tek Marka’ başlıklı videoda; *‘…tüm bu etkileri göz önünde bulundurulduğunda emzirme döneminde annelerin meme uçlarında çeşitli yara ve çatlaklardan korumak için gümüş kapaklardan faydalanmalarını ben de tavsiye etmekteyim silvermomın gümüş kapaklarını incelediğimizde son derece özenle çalışılmış 925 ayar gümüş kenarları kesinlikle tahriş etmeyecek şekilde korunmuş insan anatomisine uygun bir şekilde ergonomik olarak tasarlanmış olduğunu gözlemlemekteyiz meme ucu çatlaklarından korunmak için emzirme döneminde her annenin kullanmasını güvenle tavsiye edebilirim…’*,

- ‘Koruyucu Gümüş Göğüs Kapakları 925 ayar’ başlıklı videoda; *‘…silvermom emziren annelerin göğüs ucu yaralarına üretimi yerli nikel içermeyen gümüş göğüs kapaklarıyla ferahlatıcı bir çözüm sunuyor… Gümüşün iyileştirici özelliği sayesinde…’* gibi ifadelere yer verildiği,

www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait 'silvermomtr' kullanıcı isimli sayfanın 19.02.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda; *‘…Annelerin 1 numarası...Emziren annelerin ilk tercihi...’* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde tanıtımı yapılan ürüne yönelik sağlık beyanlarına yer verilerek, bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerin kullanıldığı, böylelikle söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden ‘tıbbi cihaz’ gibi tanıtıldığı; ancak, şayet bu ürün ‘tıbbi cihaz’ kapsamından değerlendirilecek ise, Tıbbi Cihaz Yönetmeliği’nin EK I-Temel Gerekler başlıklı bölümün I-Genel Gerekler başlıklı 6/a maddesinin, *“Tıbbi cihazın temel gereklere uygunluğu, Ek X’a göre yapılan bir klinik değerlendirmeyi içermelidir…”* hükmü gereğince, bir ürünün tıbbi cihaz olması durumunda; cihazın etkilerinin klinik araştırma ve çalışmalarla ispatlanması ve temel gereklere uygun olması gerektiği; dolayısıyla da söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların mevzuata uygun biçimde ve bilimsel anlamda geçerli olan belgelerle ispatlanması gerektiği; aksi halde, yukarıda belirtilen reklam ve tanıtımların sağlık beyanı ve endikasyon belirten ifadeler olarak değerlendirileceği; diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer alan *‘Doktorların önerdiği marka, Doktor annelerin önerdiği tek marka’* ifadeleri ve *‘Dr. Melike Özberk Koç’* un beyanlarının da mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6, 7/a, 7/b ve 7/c maddeleri,

- Tıbbi Cihaz Yönetmeliğinin 5, Ek-I/1, Ek-I/6, Ek-X/1.1 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/4, 9/5, 16/3, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Silvermom Gümüş Takı Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No:** **2021/355**

**Şikayet Edilen: Akamedi Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Dan. Özel Eğt. Hizm. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: https://www.instagram.com/essicayyolu/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/essicayyolu/?hl=tr adresli internet sitesinde; “*Lazer epilasyon.* *Siz de “Bu tüylerle uğraşmaktan bıktım” diyorsanız tam sizlik bir fırsatımız var. Koltuk altı, genital, tüm bacak sadece 1450 TL, Lazer epilasyon kampanyasından yararlanmak ve ücretsiz ön muayene için 03129633363. Essi Ankara şubelerimizde tüm vücut kalıcı epilasyon sadece 1650 TL Haydi tüylerden kurtulalım. Gold Paket Epilasyon.6+2 seans koltuk altı, tüm bacak, genital, kol, yüz, 2 küçük bölge buz başlık teknolojisi ile acısız güzellik 3300 TL yerine 2150 TL.*”ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve 24 üncü maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Akamedi Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Dan. Özel Eğt. Hizm. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No:** **2021/363**

**Şikayet Edilen: Kemali GÜNEŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dr.kemaligunes adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dr.kemaligunes/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;“ *Muayene olana kadar gıdısı olduğunu sanan sevgili hastama aslında çenesinin geride olduğunu söyledikten sonra baya bir şaşırmıştı. Hatta işleme zor ikna ettim ve sonrası. Sıklıkla sorulan bir soru. Hocam dolgu yaparsam yüzüm şişer mi? Cevap veriyorum: Şişmez Şimdi şöyle bize başvurduğunuzda öncelikli olarak daha çok tedaviye yönelik bir yaklaşım sergiliyoruz. Doku kaybınızın derecesine göre önce kaybolan dokularınıza destek uyguluyoruz, sonra yüzünüzü daha çekici hale getirmek için uygulama yapıyoruz ve genelde bu işlemleri dokuya saygı çerçevesinde seanslar haline yapmayı tercih ediyoruz. Bu hastamda Elmacık ve orta yüz bölgesini biraz daha destekleyip yüzü daha ince ve daha çekici hale getirmeye çalıştık. Gözaltı bölgesine dokunarak yaparak da yüzü yorgun ifadeden kurtardık. Dudağa ufak bir dokunuş yaptık. Son olarak da Masseter botoksu ile çene köşesindeki fazla çalışan Masseter kasını gevşeterek daha ince yüz görünümünü destekledik.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.instagram.com/dr.kemaligunes/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Muayene olana kadar gıdısı olduğunu sanan sevgili hastama aslında çenesinin geride olduğunu söyledikten sonra baya bir şaşırmıştı. Hatta işleme zor ikna ettim ve sonrası.”* gibi ifadelere yer verildiği,

-*“Sıklıkla sorulan bir soru. Hocam dolgu yaparsam yüzüm şişer mi?
Cevap veriyorum: Şişmez Şimdi şöyle bize başvurduğunuzda öncelikli olarak daha çok tedaviye yönelik bir yaklaşım sergiliyoruz. Doku kaybınızın derecesine göre önce kaybolan dokularınıza destek uyguluyoruz, sonra yüzünüzü daha çekici hale getirmek için uygulama yapıyoruz ve genelde bu işlemleri dokuya saygı çerçevesinde seanslar haline yapmayı tercih ediyoruz. Bu hastamda Elmacık ve orta yüz bölgesini biraz daha destekleyip yüzü daha ince ve daha çekici hale getirmeye çalıştık. Gözaltı bölgesine dokunarak yaparak da yüzü yorgun ifadeden kurtardık. Dudağa ufak bir dokunuş yaptık. Son olarak da Masseter botoksu ile çene köşesindeki fazla çalışan Masseter kasını gevşeterek daha ince yüz görünümünü destekledik.”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve tıbbi işlemlere ilişkin uygulama görüntülerine yer verildiği,[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

Bu bağlamda; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, söz konuş şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

 -1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8,9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**62)**

**Dosya No:** **2021/495**

**Şikayet Edilen: Birgül ACAR**

**Şikayet Edilen Reklam**: https://www.nefesestetik.com, https://www.instagram.com/nefesestetik/?hl=tr ve https://www.facebook.com/nefesestetik adresli internet sitelerinde yer ala tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/nefesestetik/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Sağlıklı bir cilde ulaşmak hiç de zor değil. Artık dermapen ile mümkün. Acı Yok! Yanma Riski Yok! Hormonel olarak bazen erkek tipi tüylenme kadınlarda da görülebilir. Lazer Epilasyon ile yüz ve çene bölgenizdeki rahatsız olduğunuz tüylerinizden tamamen acısız, konforlu şekilde kurtulabilirsiniz. Sizleri merkezimize bekliyoruz.* *İstenmeyen tüyleriniz için kalıcı bir çözüme ihtiyaç duyuyorsanız Lazer Epilasyon en doğru seçim! Pürüzsüz bir görünüm ve sağlıklı bir cilt için bizimle iletişime geçin; 0533 010 20 00. Ödem ve toksinleri vücuttan atarak incelin. Lenf Drenaj masajı incelmenin yanı sıra vücutta ki kolojenleri uyardığı için ciltte gençleşme ve ince çizgilerde de azalma sağlar. Sizleri de Lenf Drenaj masajlarına bekliyoruz.* *Soğuk lipoliz, yağlanmanın fazla olduğu bölgelere uygulanan ve deri altında yer alan yağ hücrelerini dondurarak yok eden bir işlemdir. Egzersize ve diyete gerek kalmadan başta FDA olmak üzere birçok sağlık kuruluşu tarafından da güvenilir olarak raporlanan yeni sistem için 0533 010 20 00 numarasından bize ulaşabilirsiniz.”* ifadelerine,

 https://www.facebook.com/nefesestetik adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Online alabileceğiniz sevgililer günü indirimleri başlıyor. Genital bölge:59 TL, Bacak: 149 TL, Yarım Bacak: 119 TL. Sevgililer gününe özel indirimleri kaçırma. Pandemi sürecinde şimdi satın al istediğin zaman kullan. İndirimli fiyatlarımızdan yararlanmak için: nefesestet\_k.com/shop/” Online alabileceğiniz sevgililer günü indirimleri başlıyor. 6 seans lenf drenaj 500 tl. Tek seans soğuk lipoliz 350 TL”* ifadelerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.instagram.com/nefesestetik/?hl=tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Sağlıklı bir cilde ulaşmak hiç de zor değil. Artık dermapen ile mümkün. Acı Yok! Yanma Riski* *Yok! Hormonel olarak bazen erkek tipi tüylenme kadınlarda da görülebilir. Lazer Epilasyon ile yüz ve* *çene bölgenizdeki rahatsız olduğunuz tüylerinizden tamamen acısız, konforlu şekilde kurtulabilirsiniz.* *Sizleri merkezimize bekliyoruz. İstenmeyen tüyleriniz için kalıcı bir çözüme ihtiyaç duyuyorsanız Lazer* *Epilasyon en doğru seçim! Pürüzsüz bir görünüm ve sağlıklı bir cilt için bizimle iletişime geçin; 0533 010* *20 00. Ödem ve toksinleri vücuttan atarak incelin. Lenf Drenaj masajı incelmenin yanı sıra vücutta ki* *kolojenleri uyardığı için ciltte gençleşme ve ince çizgilerde de azalma sağlar. Sizleri de Lenf Drenaj* *masajlarına bekliyoruz. Soğuk lipoliz, yağlanmanın fazla olduğu bölgelere uygulanan ve deri altında yer* *alan yağ hücrelerini dondurarak yok eden bir işlemdir. Egzersize ve diyete gerek kalmadan başta FDA* *olmak üzere birçok sağlık kuruluşu tarafından da güvenilir olarak raporlanan yeni sistem için 0533 010* *20 00 numarasından bize ulaşabilirsiniz.”* şeklindeki ifade ve görüntülerin, tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu,

https://www.facebook.com/nefesestetik adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Online alabileceğiniz sevgililer günü indirimleri başlıyor. Genital bölge:59 TL, Bacak: 149 TL, Yarım Bacak: 119 TL. Sevgililer gününe özel indirimleri kaçırma. Pandemi sürecinde şimdi satın al istediğin zaman kullan. İndirimli fiyatlarımızdan yararlanmak için: nefesestet\_k.com/shop/” Online alabileceğiniz sevgililer günü indirimleri başlıyor. 6 seans lenf drenaj 500 tl. Tek seans soğuk lipoliz 350 TL”* gibiifadelerle tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilerek kampanyaların düzenlendiği,

Ayrıca bahsi geçen sosyal medya hesaplarında yer alan tanıtımlarda; sunulan hizmetler arasında

“Lazer epilasyon, Lenf Drenaj, Soğuk Lipoliz, Dermapen”gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, tespit edilmiştir.

Bilindiği gibi, 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren

Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiği hükme bağlanmıştır. Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceği açıkça belirtilmektedir.

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**63)**

**Dosya No:** **2021/585**

**Şikayet Edilen: Dr. Özgür YAŞAR**

 **Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/drozguryasar/ ve https://drozguryasar.com/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.instagram.com/drozguryasar/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Katarakt hastalarına umut; ömür boyu kurtulabilirsiniz. Bu tedavi sonrasında hasta, artık ömür boyu bir daha katarakt hastası olmaz. Akıllı (trifokal) mercek teknolojisi ile uzağı, yakını ve orta mesafeyi net bir şekilde görmenizi sağlayan, yakın gözlüğü ortadan kaldıran bir teknolojidir.* *Hürriyet Kelebek'te yayınlanan "Katarakt hastalarına umut" başlıklı makalemiz Haberin tamamını okumak için Hürriyet Kelebek Gazetesi internet sitesini veya www.drozguryasar.com basından sayfasını ziyaret edebilirsiniz. Buyrun uygun olup olmadığınızı ön muayenemiz ile değerlendirelim. Serpil Hanım hem katarakt hem de gözlüklerinden oldukça rahatsızdı. Akıllı mercek operasyonu ile hem katarakta hem de gözlüklerine veda etti. Serpil Hanım’a ömür boyu sağlıklı günler diliyoruz.Bu güzel bayanların katarakt + trifokal mercek (akıllı mercek) implantasyonu operasyonu sonrası 1.ay kontrollerini yaptık... Uzak ve yakında 20/20 görüş elde ettiğimizi gözlemledik... Artık hem katarakt problemleri kalmadı hem de gözlük ihtiyaçları kalmadı... Birlikte bir mutluluk pozu vermeyi de ihmal etmedik. Sıradaki neden siz olmayasınız. Dostum, motosiklet dünyasının tanınmış ismi sevgili Şadi Aydın'ın annesi Fatma Hanım teyzemizin de sol gözündeki katarakt problemini başarıyla hallettik... Bugün de postop 1.gün kontrolünü yaptık, her şey tabi ki harika. Teyzemize sağlıklı günler diliyorum. Uygun rakamlara "Premium Trifokal Akıllı Mercek" tedavisi ile her mesafede net görme imkanı için sizi ön muayeneye bekliyoruz”*,

<https://drozguryasar.com/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Akıllı mercekler ile gözlüklere elveda. Tecrübeli Ekip İle Herşey Yolunda. Katarakt tedavisi, mikro cerrahi gerektiren çok önemli bir ameliyattır. Ameliyatın başarısını hekimin tecrübesi, ameliyatın gerçekleştirildiği ameliyathane sterilizasyonu, kullanılan malzemenin kalitesi ve sterilizasyonu doğrudan etkiler. Medicana Bahçelievler Hastanesi Göz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Özgür Yaşar bu metotların başarılı bir şekilde rutin olarak uygulanabildiğini fakat metodun kataraktlı her hastaya uygulanamadığında söyledi. Eğer kişinin gözde kontrast seviyesini düşüren herhangi bir göz hastalığı vs mevcut ise biz bu Akıllı Mercekleri kullanmaktan kaçınıyoruz. Çünkü bu hastalarda ışığın yetersiz olduğu koşullarda görme zayıflığı oluşturabiliyor. Bununla birlikte çok yüksek numaralarda göz bozukluğu olan kişilerde de bu ve buna benzer sebeplerle önermemekteyiz.”* ifadelerine yer verilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.instagram.com/drozguryasar/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Katarakt hastalarına umut; ömür boyu kurtulabilirsiniz. Bu tedavi sonrasında hasta, artık ömür boyu bir daha katarakt hastası olmaz. Akıllı (trifokal) mercek teknolojisi ile uzağı, yakını ve orta mesafeyi net bir şekilde görmenizi sağlayan, yakın gözlüğü ortadan kaldıran bir teknolojidir.* *Hürriyet Kelebek'te yayınlanan "Katarakt hastalarına umut" başlıklı makalemiz Haberin tamamını okumak için Hürriyet Kelebek Gazetesi internet sitesini veya www.drozguryasar.com basından sayfasını ziyaret edebilirsiniz. Buyrun uygun olup olmadığınızı ön muayenemiz ile değerlendirelim. Serpil Hanım hem katarakt hem de gözlüklerinden oldukça rahatsızdı. Akıllı mercek operasyonu ile hem katarakta hem de gözlüklerine veda etti. Serpil Hanım’a ömür boyu sağlıklı günler diliyoruz. Bu güzel bayanların katarakt + trifokal mercek (akıllı mercek) implantasyonu operasyonu sonrası 1.ay kontrollerini yaptık... Uzak ve yakında 20/20 görüş elde ettiğimizi gözlemledik... Artık hem katarakt problemleri kalmadı hem de gözlük ihtiyaçları kalmadı... Birlikte bir mutluluk pozu vermeyi de ihmal etmedik. Sıradaki neden siz olmayasınız.* *Dostum, motosiklet dünyasının tanınmış ismi sevgili Şadi Aydın'ın annesi Fatma Hanım teyzemizin de sol gözündeki katarakt problemini başarıyla hallettik... Bugün de postop 1.gün kontrolünü yaptık, her şey tabi ki harika. Teyzemize sağlıklı günler diliyorum. Uygun rakamlara "Premium Trifokal Akıllı Mercek" tedavisi ile her mesafede net görme imkanı için sizi ön muayeneye bekliyoruz”*,

<https://drozguryasar.com/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Akıllı mercekler ile gözlüklere elveda. Tecrübeli Ekip İle Herşey Yolunda. Katarakt tedavisi, mikro cerrahi gerektiren çok önemli bir ameliyattır. Ameliyatın başarısını hekimin tecrübesi, ameliyatın gerçekleştirildiği ameliyathane sterilizasyonu, kullanılan malzemenin kalitesi ve sterilizasyonu doğrudan etkiler. Medicana Bahçelievler Hastanesi Göz Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Özgür Yaşar bu metotların başarılı bir şekilde rutin olarak uygulanabildiğini fakat metodun kataraktlı her hastaya uygulanamadığında söyledi. Eğer kişinin gözde kontrast seviyesini düşüren herhangi bir göz hastalığı vs mevcut ise biz bu Akıllı Mercekleri kullanmaktan kaçınıyoruz. Çünkü bu hastalarda ışığın yetersiz olduğu koşullarda görme zayıflığı oluşturabiliyor. Bununla birlikte çok yüksek numaralarda göz bozukluğu olan kişilerde de bu ve buna benzer sebeplerle önermemekteyiz.”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

Bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlar ile hekimlik mesleğini yürüten şahsa yönlendirme yapıldığı, söz konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* olarak değerlendirildirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddeleri,

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8,9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu ve Geçici 5 inci maddeleri;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No:** **2021/585**

**Şikayet Edilen: Özdemdent Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.ozdent.com.tr/ ve <https://www.instagram.com/ozdentosmaniye/>

adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.ozdent.com.tr/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Alanında Uzman Kadro… Diş Hekimliğindeki en son teknoloji ve yenilikleri daima hastalarımızla buluşturmak en değerli ilkemizdir. Diş hekimliğinde son trendler, estetik ve fonksiyonel tedavilerle 30 yıla yaklaşan tecrübe ve birikimimizle tüm Diş Hekimliği branşlarında siz değerli hastalarımıza hizmet vermekteyiz*. *SAĞLIKLI BİR YAŞAM AĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI İLE BAŞLAR… Uzman diş hekimi kardosu ile Ağız ve Diş hakkında tüm problemlere çözüm olabilen, estetik olarak üst düzey işlemler yapabilen ve tüm yenilikçi dental uygulamaları sunabilen bir kliniktir.”* ifadelerine, <https://www.instagram.com/ozdentosmaniye/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Gülüş tasarımı*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)

**Değerlendirme/Karar:** http://www.ozdent.com.tr/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Alanında Uzman Kadro… Diş Hekimliğindeki en son teknoloji ve yenilikleri daima* *hastalarımızla buluşturmak en değerli ilkemizdir. Diş hekimliğinde son trendler, estetik ve fonksiyonel tedavilerle 30 yıla yaklaşan tecrübe ve birikimimizle tüm Diş Hekimliği branşlarında siz değerli hastalarımıza hizmet vermekteyiz*. *Sağlıklı Bir Yaşam Ağız Ve Diş Sağlığı İle Başlar… Uzman diş hekimi kardosu ile Ağız ve Diş hakkında tüm problemlere çözüm olabilen, estetik olarak üst düzey işlemler yapabilen ve tüm yenilikçi dental uygulamaları sunabilen bir kliniktir.”* gibi tıbbi işlemlere ilişkin talep yaratıcı ifadelereyer verildiği,

https://www.instagram.com/ozdentosmaniye/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda;“*Gülüş tasarımı*” gibi tıbbi işlemlere yönelik hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerineyer verildiği,

Söz konusu tanıtımların, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı ve firmaya yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan firma faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin 8,9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özdemdent Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2021/626**

**Şikayet Edilen: Fatih Soner ARSLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Diş Hekimi Fatih Soner ARSLAN’a yönelik www.instagram.com, www.facebook.com ve www.google.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2021, 25.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun “Dt. Fatih Soner ARSLAN @dt.fsa” ve Facebook sosyal medya platformunun “Fatih Soner Arslan” hesaplarının 19.02.2021 ve 25.02.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; *“ (…) Yapılan tek implantla gelen mutlu gülüş (…) Dişlerinin kesilip kaplama yapılmasını istemeyen 16 yaşındaki hastamıza kesmeden restorasyonlar yapılarak yeniden eski haline getirilmeye çalışıldı. (…) Çekim sonrası implantasyon ve sonrasında kompozitle yapılan çıkış profiline uygun geçici kron, sonraki aşama kalıcı porselen kron (…) Yıllar önce yapılmış bir kompozit laminanın kırılan parçasının tamiri. Kırılan kompozit parçası tekniğine uygun yapılırsa eski haline kolaylıkla getirilebilir #justcomposite#byfsa (…) Diş eti çekilmeleri küçük müdahalelerle kolaylıkla tedavi edilebilir (…) Diş çekimi sonrası anında implant yerleştirildi, boşluklara greft, üstüne prf membran, kollajen membran ve akışkan kompozit tedaviden 5 ay sonra kalıcı porselenler takıldı (…) Porselenlerin diş eti ile uyumu çok önemli diş ve diş eti sağlığı açısından (…) sadece2saatte#anındadeğişim #minimalyinvasivetreatment#justcomposite#justbyfsa# (…) Ön dört dişin kompozitle geçirdiği dönüşüm, 2 saat içinde değişim, dişlere zarar vermeden köpek dişlerinin lateral dişlere dönüşümü (…) justcomposite#gingivallevelling#dişetiseviyeleme# (…) Son hali pek yakında#comingsoon#byfsa (…) Sadece 1 günde güzel bir gülüşe sahip olabilirsiniz#justcomposite#byfsa (…) Sadece 1 saat içinde #justcomposite #justsmile #byfsa (…)* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntüleri ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan anılan şahsa ait görüntülere yer verildiği,

www.google.com adresli internet sitesi üzerinden anılan şahsa yönelik yapılan aramada, klinik bilgilerinin yer aldığı görselde anılan şahsın adının “Prof. Fatih Soner Arslan” şeklinde yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fatih Soner ARSLAN** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2021/1054**

**Şikayet Edilen: Dr. İskender Alkın SOLMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Dr. İskender Alkın SOLMAZ’a yönelik www.instagram.com, www.facebook.com ve www.revoday.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2021, 19.02.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun @iskenderalkinsolmaz ve @revoday hesaplarının 18.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; “ *(…) Üst göz kapağı düşüklüğü ve çöküklüğünden cerrahi müdahale ile iz kalmadan kurtulmanız mümkün. Danışanımıza uyguladığımız üst blefaroplasti ve badem göz estetiği ile daha dinamik bir görünüme kavuşmasını sağladık (…) Üst-alt kombine blefaroplasti en çok uyguladığımız prosedürlerdendir. Bu yöntem ile hızlı iyileşme sağlanır. (…) En kalıcı ve memnuniyet oranı en yüksek uygulamalardandır (…) Alt göz kapağı blefaroplasti post-on 10.gün (…) Endolift ile Ameliyatsız Yüz Germe: Yenilikçi lazer sistemi Endolift lazer ağı, gelişmiş teknolojisi sayesinde ameliyatsız cilt germe uygulamasını klinikte yapabilme imkanı sunuyor. Kesi ve anestezi gerektirmeyen, sadece hava soğutma ile yaptığımız bu uygulama, geleneksel cerrahi uygulamalara göre çok daha kolay ve güvenli bir seçenektir (…) Before-After : Hocam siz harikasınız gerçekten iyi ki sizi tanıdım, 10 günde 10 yaş gençleştirdiniz (…) Dudak Dolgusu: Dudakların şeklini bozmadan ve doğal görüntüyü kaybetmeden, daha dolgun bir görüntü kazanılır … anında etkisi görülür (…) Size öğle aranızda REVO’ya yapacağınız 15-20 dakikalık bir ziyaret ile daha zinde bir görünüme kavuşabilirsiniz desek? Hepsi tek seanslık bir göz altı ışık dolgusu ile mümkün (…) Göz çevresi cerrahisi söz konusu olduğunda emin ellerde olduğunu bilme ihtiyacı çok temel bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkıyor. REVO’da, oküloplastik cerrahi gerektiren tüm operasyonlar, oküplastik cerrahide çok sayıda cerrahi vaka ve medikal uygulama deneyimine sahip olan, Op. Dr. İskender Alkın Solmaz ve ekibi tarafından gerçekleştiriliyor (…) ”* gibi ifadelerle birlikte hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntüleri ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan anılan şahsa ait görüntülere,

Facebook sosyal medya platformunun “Dr. İskender Alkın Solmaz”, “Iskender Alkın Solmaz” ve “Revoday (@revoday.tr)” hesaplarının 18-19.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“ (…) Göz çevresi cerrahisi söz konusu olduğunda, emin ellerde olduğunu bilme ihtiyacı, çok temel bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkıyor. Ben ve ekibimin ilk önceliği sizin mutluluğunuz ve sağlığınız (…) Oküloplastik Cerrah Opr. Dr. İskender Alkin tarafından Revo’da uygulanan oküloplastik operasyonların amacı, kişiye daha sağlıklı bir görünüm vermek ve kişiyi olduğu yaştan daha dinç bir görünüme kavuşturmaktır. Bu nedenle göz kapağı cerrahisinin, göz kapağı anatomisine yakın ve kozmetik cerrahi ilkelerini bilen oküloplastik cerrahlar tarafından yapılması oldukça önemlidir (…) Göz çevresi cerrahisi söz konusu olduğunda, emin ellerde olduğunu bilme ihtiyacı, çok temel bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkıyor. REVO’da, oküloplastik cerrahi gerektiren tüm operasyonlar, oküloplastik cerrahide çok sayıda cerrahi vaka ve medikal uygulama deneyimine sahip olan, Op. Dr. İskender Alkın Solmaz ve ekibi tarafından gerçekleştiriliyor (…)* şeklinde ifadeler ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan anılan şahsa ait görüntülere,

www.revoday.com adresli internet sitesinin 18.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“ (…) Bu nedenlerden dolayı kapak operasyonları planlanırken, ister estetik ister sağlıkla ilgili nedenlerden olsun bölgenin anatomik yapısı ve fonksiyonlarına hakim okuloplastik cerrahinin inceliklerine hakim bir hekim ile çalışılması operasyon sonrası riskleri minimalize etmek için en güvenli yöntemdir. … Op.Dr. İskender AlkınSolmaz bu alanda binlerce vaka deneyimiyle kapak operasyonları sonrası tatsız günler geçirmenizi önleyecek sayılı okuloplastik cerrahlardan birisidir … Blefaroplasti hakkında ayrıntılı bilgi ve Op. Dr İskender AlkınSolmaz ile online canlı video konsültasyon için dilerseniz linkteki formu doldurarak (https://forms.gle/UsDLXaLGwtMPnLu6) ya da 0212270 30 00 numaralı telefondan bize ulaşabilirsiniz (…) Bu kist şeklindeki iltihaba “şalazyon” adı verilir. Cerrahi müdahale ile alınabilir ve bu müdahale sonrasında hayat kalitenizdeki değişimi fark edecek, dünyaya daha mutlu bakacaksınız. … Şalazyon hakkında ayrıntılı bilgi ve Op. Dr İskender AlkınSolmaz ile online canlı video konsültasyon için dilerseniz linkteki form aracılığıyla bize ulaşabilirsiniz: (…) Tecrübeli bir oküloplastik cerrah tarafından uygun şekilde yapılacak tamirlerde amaç, göz kapaklarının açılıp kapanmasında, gözyaşı dağılımında ve tahliyesinde problem olmamasını, gözü hareket ettiren kaslar ve gözün kendisi dolayısıyla da görme fonksiyonu için ilerleyen dönemde ilave komplikasyonlar gelişmemesini sağlamaktır. Göz kapağı travmaları hakkında ayrıntılı bilgi ve Op. Dr. İskender Alkın Solmaz ile online canlı video konsültasyon için dilerseniz linkteki form aracılığıyla bize ulaşabilirsiniz: (…) ilasik uygulamasında tüm işlem wavefront ve idesign teknolojisi ile hastaya özel olarak planlanabilmekte ve en küçük kusurlar düzeltilebilmektedir. Femtosaniye laser kullanımı ile bıçaksız kesiler mümkün olmakta ve tedavinin başarısı artmaktadır. Lazer tedavisi FDA onaylı, güvenli bir teknolojidir. Ağrısız bir işlem olması yanında uygulandıktan sonra, ertesi gün fonksiyonel olarak görmenin başlaması, kısa iyileşme süresi, işlemin kalıcılığı ve sonuçlarının başarılı olması avantajlarıdır. … Refraktif cerrahi ve lazerle göz ameliyatı hakkında ayrıntılı bilgi, Op. Dr İskender AlkınSolmaz ile online canlı video konsültasyon için dilerseniz linkteki formu doldurarak (https://forms.gle/UsDLXaLGwtMPnLu6) ya da 0212270 30 00 numaralı telefondan bize ulaşabilirsiniz (…)”* gibiifadeler ile tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan anılan şahsa ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. İskender Alkın SOLMAZ** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2021/1055**

**Şikayet Edilen: Dr. Fatih Can KARACA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Dr. Fatih Can KARACA’nın kişisel Instagram hesabı ile www.drcankaraca.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2021, 22.03.2021, 08.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun @drcankaraca hesabının 19.02.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; “*(…) Hastamız Fikret Bey’den gelen güzel fotoğraf; biri ameliyattan 3 gün önce diğeri 3 ay sonra arada inanılmaz bir fark var. Birinde şeker hastalığı var insülin var ilaç var. Diğerinde ilaç yok ŞEKER YOK!!! Sağlık var mutluluk var umut var. … Obezite ve Diyabeti yenmek için siz de adım atın! Ayrıntılı bilgi ve randevu almak için; Teşvikiye Mahallesi Hakkı Yeten Caddesi Unimed Center No: 19 Kat: 8 Şişli/İstanbul +90 (542) 349 22 38 (…) 2 yıl önce obezite cerrahisi yaptığımız; fazla kilolarından ve buna bağlı yandaş hastalıklarından kurtulan Beste Hanım aynı zamanda daha mutlu bir yaşam tarzı seçti. Bizimle paylaştığı bu fotoğraf hem bizi çok mutlu etti hem de diğer hastalarımıza motivasyon kaynağı olacak. (…) 2. YIL, -40 KG, Gözde ile 2 yıl önce tanıştığımızda fazla kilolarından ve insülin direnci gibi obezitenin neden olduğu yandaş hastalıklardan şikayet ediyordu. Rutin kontrollerinden sonra Laparoskopik Sleeve Gastrektomi (Tüp Mide) ameliyatı yapmıştık. Gözde’yi takiplerimizde kademeli olarak tam 40 kilo verdi. Ve iki fotoğraf arasındaki farklar çok netti. (…) 3. AY, -20 KG, Bilge Hanım bizlere başvurduğunda hareketsizlik (Obezite’ den kaynaklı hareket kısıtlanması) ve insülin direnci gibi pek çok sorunla mücadele ediyordu. Kendisiyle tanıştık ve obezite’nin hayatından tamamen çıkması için bir yola çıktık. 3 ay önce tüm kontrollerimizi gerçekleştirdik ve hastamızı ameliyata alarak başarılı bir Obezite Cerrahisi gerçekleştirdik. … Bilge Hanım’dan bugün yüzümüzü güldüren bir fotoğraf karesi geldi. (…) 6. AY, -45 KG, … devamında da başarılı bir Obezite Cerrahi ameliyatı gerçekleştirmiştik. Ameliyat sonrası takiplerimizde normal değerlere sahip olduğunu gördüğümüz hastamızı sağlıkla Almanya’ya yolcu etmiştik. 6. Ay kontrollerinde buluştuğumuz Nebi Bey’in gayet sağlıklı olduğunu ve tam 45 kilo verdiğini gördük. …* *Obezite ve Diyabeti yenmek için siz de adım atın! … #drcankaraca #drcankaracaklinik #metabolikcerrahi #diyabetcerrahisi #şeker #diyabet #şekerameliyatı #diyabethastalığı #ilealinterpozisyon #bariatrikcerrahi #obezite #sleeve #obezitecerrahisi #tüpmide #sleevegastrektomi #transitbipartisyon #sleevegastrectomy #weightloss #mideküçültme #midebalonu #gastrikbypass (…) 4. AY, -21 KG, … Genç yaşına rağmen diyabet hastalığı ile sıkıntılar yaşayan hastamız şeker hastalığından ve yıllardır kullandığı 100 ünitenin üstündeki insülinden kurtulmak için 4 ay önce bize başvurdu. Rutin kontrollerinden sonra başarılı bir Metabolik Cerrahi ameliyatı yaptık. Ameliyat sonrası takiplerimizde de normal değerlere sahip olduğunu gördüğümüz hastamız insülini ve ilaçlarını bıraktı. Hem de 4 ayda tam 21 kilo verdi. Artık ilaçsız ŞEKERSİZ ÖZGÜR Bir Hayata adım attı! (…) Sağlığınız için adım atın! Taburcu Günü - Uzun yıllar diyabet hastalığı ile sıkıntılar yaşayan hastamız şeker hastalığından ve yıllardır kullandığı insülinden kurtulmak için bize başvurdu. Rutin kontrollerinden sonra başarılı bir Metabolik Cerrahi ameliyatı yaptık. Ameliyat sonrası takiplerimizde de normal değerlere sahip olduğunu gördüğümüz hastamız ilaçlarını bıraktı ve biz de onu sağlıkla taburcu etmenin mutluluğunu yaşıyoruz. (…) Ya/Diyet- Diyabet Metabolik Cerrahi Sonrası Ne/Diyet-Diyabet Tip 2 Diyabetin Cerrahi tedavisi için bizimle iletişime geçebilirsiniz. (…) 1. AY, -16 KG Şeker, HBA1C Normal, Sağlık İçin Metabolik Cerrahi, Sağlığınız İçin Adım Atın! Bülent Bey yıllardır uğraştığı şeker hastalığı ve bu hastalığın sebep olduğu pek çok hastalıktan kurtulmak için bizlere başvurmuştu. Başarılı geçen Metabolik Cerrahi Ameliyatı sonrası kendisini sağlıklı bir şekilde taburcu ettik. Bugün 1. Ay kontrolleri için ziyaretimize geldi. 1. Ayın sonunda Bülent Bey’in uyku apne sorunu kalmadı. Ayrıca üç aylık şeker ortalaması (hbA1c) tamamen normal seviyelere geriledi ve bunun yanında 16 kg vererek de çok daha sağlıklı bir yaşam sürmeye başladı. (…)”* gibi ifadelerle birlikte hasta hikâyelerinin paylaşıldığı, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifade ve görüntülerine yer verildiği,

Instagram sosyal medya platformunun @drcankaraca hesabının 08.04.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; “ *(…) 3. AY, -23 KG – Sağlık İçin; Obezite Cerrahisi - Hastamız Büşra da bize bu sebeplerle 3 ay önce başvurmuştu. Fazla kilolarından ve yandaş rahatsızlıklarından muzdaripti ve rutin kontrollerden sonra Obezite Cerrahisi yapmıştık. 3 ayı sağlıkla geride bırakan Büşra, geçen sürede tam 23 kilo verdi. Büşra verdiği kiloları ve kavuştuğu sağlığıyla bizi çok mutlu etti. (…) 3. YIL – Şeker Normal – Sağlık İçin; Metabolik cerrahi - Ayla hanımla 4 yıl önce tanışmıştık. Kendisi zorlu hastalarımızdandı. \_ Bu sebeple yoğun bir hazırlık süreci geçirdiğimiz hastamız şimdi sağlıkla karşımızda. 4 yıl önce hastamız bize başvurduğunda diyabet hastasıydı ve yandaş rahatsızlıklardan şikayetçiydi. Ameliyatı öncesi yaptığımız check-upta hastamıza anjio yaptık ve tıkalı damarına stent taktık. Bu sebeple Metabolik Cerrahi ameliyatını 1 yıl erteledik. Karar verdiğimiz Metabolik Cerrahi ameliyatı tarihinden tam 1 ay öncesinde de stenti tıkanan hastamızın kalp damarını balon ile açtık. Riskli grupta yer alan hastamızı en sonunda 3 yıl önce Metabolik Cerrahi Ameliyatını gerçekleştirdik. Ameliyatı sonrası, takiplerimizde normal değerlere sahip olduğunu görmüş ve taburcu etmiştik. İlaçlarını bırakan hastamız gayet sağlıklı ve mutlu. Aynı zamanda şekeri de normal. Hastamızın rutin kontrollerinden fotoğraflarını ve haberlerini sizlerle paylaşacağız. Geçmiş olsun Ayla hanım Obezite ve Diyabeti yenmek için siz de adım atın! Ayrıntılı bilgi ve randevu almak için; Teşvikiye Mahallesi Hakkı Yeten Caddesi Unimed Center No: 19 Kat: 8 Şişli/İstanbul +90 (542) 349 22 38 … #drcankaraca #drcankaracaklinik #metabolikcerrahi #diyabetcerrahisi #şeker #diyabet #şekerameliyatı #diyabethastalığı #ilealinterpozisyon #bariatrikcerrahi #obezite #sleeve #obezitecerrahisi #tüpmide #sleevegastrektomi #transitbipartisyon #sleevegastrectomy #weightloss #mideküçültme #midebalonu #gastrikbypass #minigastrikbypass #istanbul #nişantaşı #kocaeli #gebze #adımat (…) Mide balonu aşamalarının kısa videosu Ameliyat olacak kadar obez olmayan kişilerde Mide balonu ile 6 ayda ortalama 15-20 kilo vermek mümkün !!! #midebalonu #weightloss #gastricballoon … Endoskopi ile mide kontrol ediliyor - Balon sönmüş bir şekilde yerleştiriliyor - Metilen mavisi ile balom şişiriliyor - Balonu şişirdikte sonra ayarlanıyor - Ve işlem 15 dakikada tamam - Dr. Öğr. Üyesi Fatih Can Karaca Obezite ve Metabolik Cerrah, Uzmanı (…) Obezite ameliyatı aşamaları Başarılı geçen bir Obezite ameliyatının aşamalarını sizlerle paylaşıyoruz. Ameliyatta emeği geçen tüm ekibe teşekkürler. (…) 2. YIL, -61 KG – Sağlık İçin; Obezite Cerrahisi - Bir başarı hikayesi daha. Ceyda kardeşimizle 2 yıl önce tanışmıştık. Bize başvurduğunda fazla kilolarından ve yandaş rahatsızlıklarından muzdaripti. Rutin kontrollerden sonra hastamıza Obezite Cerrahisi yapmıştık. Güzel bir iyileşme süreci geçiren Ceyda 2 yılı sağlıkla geride bıraktı ve kontrollerinde gördük ki geçen sürede tam 61 kilo verdi! Onu görenler Obezite Cerrahisi öncesi nasıldı hayal edemiyor, çünkü sağlıklı bir hayat çok yakıştı. (…) Bu arada Kontrol de Başarılı bir ameliyat ve iyi takip sonrası 14. Ayında (memleketi Sivas’ın plaka numarası kadar ) 58 kilo verdiğini gördük. Nebi Bey’e ailesi ile birlikte mutlu ve sağlıklı bir ömür dilerim. (…) 2. YIL, -47 Kg – Şeker Normal – Sağlık İçin; Metabolik Cerrahi – Hastamız Aysel hanıma 2 yıl önce Metabolik Cerrahi Ameliyatı yapmıştık. Bize başvurduğunda diyabet hastasıydı ve şeker hastalığının getirdiği bir çok sorun İle mücadele ediyordu. Rutin kontrollerinden sonra gerçekleştirdiğimiz Metabolik Cerrahi Ameliyatı sonrası, takiplerimizde normal değerlere sahip olduğunu görmüş ve taburcu etmiştik. İlaçlarını bırakan hastamız aynı zamanda 2 yılda tam 47 kilo verdi. Gayet sağlıklı ve mutlu olan hastamızın şekeri de normal. fotoğraflarını ve haberlerini sizlerle paylaşmaya devam edeceğiz. Geçmiş olsun Aysel abla. Obezite ve Diyabeti yenmek için siz de adım atın! Ayrıntılı bilgi ve randevu almak için; … #drcankaraca #drcankaracaklinik #metabolikcerrahi #diyabetcerrahisi #şeker #diyabet #şekerameliyatı #diyabethastalığı #ilealinterpozisyon #bariatrikcerrahi #obezite #sleeve #obezitecerrahisi #tüpmide #sleevegastrektomi #transitbipartisyon #sleevegastrectomy #weightloss #mideküçültme #midebalonu #gastrikbypass (…) Fatma teyzemizin ameliyat serüveni. Uzun yıllardır şeker hastalığı ile mücadele eden Fatma teyzemiz ameliyat sonrası süreci tüm samimiyeti ile değerlendiriyor … Şimdi biz sana şeker hastalığı sebebiyle şeker ameliyatı yaptık, metabolik cerrahi dediğimiz … ameliyat öncesi şeker kaç oluyordu? 600-700’e çıktığı oluyordu … ameliyatın ilk günlerindeyiz, hiç insülin kullanmadan 150’lerde … şimdi bacak ağrıları da geçti … gastritimiz vardı, onu da düzelttik … bugün seni taburcu ediyoruz … peki bu ameliyatı olacaklara ne demek istersin? … (…) TABURCU GÜNÜ – Sağlık İçin; Obezite Cerrrahisi - Yine bir #TaburcuGünü Sizleri uzaklardan gelen Muna hanımla tanıştıralım. Fazla kiloları sebebiyle bize başvuran hastamızın öncelikle rutin kontrollerini yaptık devamında başarılı bir Obezite Cerrahisi ameliyatı gerçekleştirdik. Ameliyat sonrası takiplerimizde normal değerlere sahip olduğunu gördüğümüz güzel enerjili Muna hanımı sağlıkla taburcu etmenin mutluluğunu yaşıyoruz. (…) #sağlık #diet #midebalonu #gastricballoon – MİDE BALONU 6 AYDA -15 KİLO (…) Mide Zımba hattının DİKİLMESİ!!! Ameliyatlarımız da Stapler hattı dediğimiz midenin zımbalanmış bölümü nü baştan sona kadar dikerek, ameliyatın erken döneminde ortaya çıkabilecek iki önemli komplikasyonunu (KANAMA ve korkulan komplikasyon KAÇAK) önlüyoruz. (…) AMELIYATIN TROKAR GIRME AŞAMASI ÖNCESI LOKAL ANESTEZI YAPILMASI YARA YERI ENFEKSIYONUNU ÖNLER!! – LAPAROSKOPİK METABOLİK CERRAHİ AMELİYATI (…) Mide Balonu – Tatil bitti işe başladık - Balonun mideye yerleştirilmesi (…) Mide Balonu – Balonun şişirme aparatının çıkarılması (…) Mide Balonu – Ameliyat sonrası, mide balonumuzu da taktık (…) Mide Balonu – Sağlık İçin; Mide Balonu, -37 Kg (…) Metabolik Cerrah – Şeker, HBA1C Normal – Sağlık İçin Metabolik Cerrahi – Sağlığınız İçin Adım Atın! (…) Metabolik Cerrah – 1. Ay Kontrolü - Şeker, HBA1C Normal – Sağlık İçin Metabolik Cerrahi – Sağlığınız İçin Adım Atın! (…) Metabolik Cerrah – 1. Ay, -16 Kg - Şeker, HBA1C Normal – Sağlık İçin Metabolik Cerrahi – Sağlığınız İçin Adım Atın! (…) Revizyon Cerrahisi – Tabuırcu Günü – Ameliyatın Hikayesi Şu an Bio’da! (…) Obezite Cerrahisi- 3. Ay, -21 Kg – Beste Hanım’ın Hikayesi Bio’da! (…) Obezite Cerrahisi – 6. Ay, -38 Kg (…)”* gibi ifadelerle birlikte hasta hikayeleri ve görselleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifadelere, anılan şahıs tarafından yapılan tıbbi işlemlere ilişkin videolara ve tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan şahsa ait görüntülere yer verildiği,

www.drcankaraca.com adresli internet sitesinin 22.03.2021 ve 08.04.2021 tarihli görünümlerinde örnek olarak; *“(…) Dr. Öğr. Üyesi Fatih Can Karaca – Sağlığınız İçin Adım Atın! (…) Hastalarımızın Öyküsü: Hayriye Hanım Şeker Ameliyatı Metabolik Cerrahi - Hayriye Hanım uzun yıllardır şeker hastalığı nedeniyle mücadele ediyordu. 20 ay önce İnsulin deposu iyi olması nedeniyle Tüp Mide (Laparoskopik Sleeve Gastrektomi) ameliyatı yaptık. Bariatrik ve Metabolik Cerrahide kime ne ameliyatını yapacağını bilmek en önemli konudur! Doğru hastaya doğru tedaviyi seçerseniz başarı oranı yüzde doksanlarda olmaktadır. Hayriye Hanım metabolik cerrahi ameliyatımızdan 20 ay sonra sağlıkla yanımızdaydı. Kontrollerimizde HBA1C üç aylık şeker takibi normal seviyede. Ve geçen 20 ayda tam 59 kilo vermenin yanında karaciğer yağlanması, uyku apnesi ve eklem rahatsızlıkları gibi hastalıklardan kurtulmanın mutluluğu yüzüne yansıyor. (…) Ceyda Hanım Obezite Obezite Cerrahisi Ceyda Hanım ile tanıştığımızda , fazla kiloları ve yandaş hastalıklarla boğuşuyordu. ekiple birlikte başarılı bir obezite cerrahisi yaptık ve hastamızı taburcu ettik , bugün gerçekleştirdiğim 8 ay kontolünde hastamızın tam 52 kilo verdiğini gördük , ve iki fotograf arasındaki fark gayet netti. Hastam 52 kilo vermiş olduğu için mutluyken bizde hastamızın iradesi ve başarısıyla gurur duyduk (…) Hastalarımız: 6. Ay -14 Kg, Şeker Normal, Sağlık için; Metabolik Cerrahi … 6. Ay -40 Kg, Sağlık için; Obezite Cerrahisi … 1. Yıl -60 Kg, Sağlık için; Obezite Cerrahisi, 6. Ay -13 Kg, Sağlık için; Mide Balonu … 6. Ay -30 Kg, Şeker-HBA1C Normal, Sağlık İçin! Metabolik Cerrahi (…)*” gibi ifadelerle birlikte hasta hikayeleri ve görselleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait ifadelere ve tıbbi işlem uygulandığı esnada çekildiği anlaşılan anılan şahsa ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Uluslararası Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Hakkında Yönetmeliğin 12/1 ve 12/2 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Fatih Can KARACA** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2021/1056**

**Şikayet Edilen: Op. Dr. Bilgehan SEZGİN ASENA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instagram.com/dr.bilgehansezginasena/ ve www.facebook.com/drbilgehansezginasena adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Instagram sosyal medya platformunun “Göz Hastalıkları Uzmanı, @dr.bilgehansezginasena” ve Facebook sosyal medya platformunun “Op. Dr. Bilgehan Sezgin ASENA” hesaplarının 05.03.2021 tarihli görünümlerinde yer alan muhtelif tarihli paylaşımlarda örnek olarak; “*(…)Trifokal Akıllı Lensler ile yakın, orta ve uzak mesafede gözlüksüzlük / Op. Dr. Bilgehan Sezgin Asena, Kaşkaloğulu Göz Hastanesi - Halk arasında akıllı lens olarak bilinir hale gelen Trifokal göz içi lensleri yakın görme bozukluğu çağındaki kişilerde, tüm mesafelerde gözlüksüz elde edebilmek için kullanılır. Gözlük atma cerrahisi olan Refraktif Lens Değişimi veya katarakt ameliyatı ile uygulanmaktadır. Doğru kişilere uygulandığında çok başarılı sonuçlar verir, yaşam kalitesi açısından hastaları mutlu eder. (…) Trifokal Akıllı Lensle tüm mesafeler artık daha net! (…) Trifokal Akıllı Mercekler uzak, orta ve yakın mesafede büyük görüş kolaylığı sağlıyor. (…) Dünyaya bir de Lasik ile bakın! / Op. Dr. Bilgehan Sezgin Asena (…) Trifokal akıllı lenslerle yaşam ve görme kalitenizi yükseltebilirsiniz! ! / Op. Dr. Bilgehan Sezgin Asena (…) Lazer Tedavisi ile Gözlüksüzlük / Op. Dr. Bilgehan Sezgin Asena, Kaşkaloğulu Göz Hastanesi – Günümüzde teknolojinin geldiği noktada gözlük atma lazer tedavileri hiç olmadığı kadar güvenli, hassas ve başarılı. Yeter ki deneyimli bir cerrah tarafından doğru göze, doğru yöntem ve en gelişmiş teknoloji ile yapılsın. (…) Halk arasında 'Akıllı Lens' olarak bilinen trifokal göziçi lensleri, uzak, orta ve yakın mesafede büyük görüş kolaylığı sağlıyor; gözlükten kurtulmak için uzman hekim gözetiminde başarılı sonuçlar veriyor. #opdrbilgehansezginasena #gözhastalıkları #trifokalgozicilensi #trifokallens #göziçilens #akıllılens #gözlükatmacerrahisi (…) Sizden Gelen Yorumlar: Lasik ameliyatı olmadan önce çok fazla korkum vardı. Ameliyat anım sıfır acı ile geçti. Doktorum Bilgehan Hanım muhteşem bir hekim. Sadece ona güvenmenizi tavsiye ediyorum gözüm 5 küsur numaradan sıfıra ulaştı (…) Sizden Gelen Yorumlar: Kaşkaloğlu Göz Hastanesi’nde laser ameliyatı oldum. İzmir’de ilk akla gelen hastane olduğu için güvenle geldim. Doktorum Op. Dr. Bilgehan Sezgin Asena’dan randevu aldım. Araştırmalarım sonucu Bilgehan Hanım gerçekten profesyonel bir geçmişe sahip ve bu konuda uzman olduğunu öğrendim. Muayenede ve ameliyat öncesinde sorduğum aklıma takılan her soruya eksiksiz, sakin ve beni gerçekten rahatlatan bir biçimde cevap verdi… Ameliyatım çok başarılı geçti … benim gibi stres yapanlar için hiçbir şekilde bir şey hissetmediğimin altını vurgulamak isterim. En güzel duygu sabah gözümü açtığımda ne gözlük ne de lens takmadan her yeri net bir biçimde görebilmemiz (…) ”* gibi, ifadelere ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve hekimlik mesleğini yürüten şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 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 Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Op. Dr. Bilgehan SEZGİN ASENA** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2021/1207**

**Şikayet Edilen: Edip TANBASTILAR (Nokta Tıbbi Cihaz ve Sağlık Hizmetleri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.istanbuluroloji.net adresi internet sitesinde "Nokta Üroloji Merkezi" adı ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2021, 02.04.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.istanbuluroloji.net adresli internet sitesinin 23.03.2021 tarihli görünümlerinde; "Nokta Üroloji Merkezi" adı ile 02.04.2021 tarihli görünümlerinde “Nokta Sağlık Hizmetleri” adı ile tanıtım yapıldığı, “Şubelerimiz”/“Size Yakın Merkezler” kısmında hastane ve tıp merkezi isimleri ve adreslerinin paylaşıldığı, söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“7/24 Tedavi”*, *“7/24 Acil Böbrek Taşı Kırma!”* gibi ifadelere yer verildiği, “Hizmetlerimiz”/“Üroloji Hizmetleri” başlığı altında tıbbi işlemlere ve hasta tedavisine yönelik açıklamalarda bulunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu www.istanbuluroloji.net adresli internet sitesinin 23.03.2021 tarihli görünümlerinde; "Nokta Üroloji Merkezi" adı ile 02.04.2021 tarihli görünümlerinde “Nokta Sağlık Hizmetleri**”** adı ile tanıtım yapıldığı, **“**Şubelerimiz”/“Size Yakın Merkezler” kısmında hastane ve tıp merkezi isimleri ve adreslerinin paylaşıldığı ancak“*Nokta Üroloji Merkezi*”ve/veya *“Nokta Sağlık Hizmetleri”*adları altında ruhsatlandırılmış birer sağlık kuruluşu olmadığı, “*Nokta Üroloji Merkezi”*ve*“Nokta Sağlık Hizmetleri”* adındaşubeleri olan bir sağlık kuruluşunun olduğu algısı oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı,

Ülkemizde her türlü koruyucu, teşhis, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetinin sadece Sağlık Bakanlığı’nca ruhsatlandırılan sağlık kurum ve kuruluşlarında ve tıp fakültesinden mezun olmuş ve alanında hukuken yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilebileceği, tabipler ve diş tabipleri dışındaki hiçbir sağlık meslek mensubunun hastalıklarla ilgili doğrudan teşhiste bulunarak tedavi planlayamayacağı, *“Nokta Üroloji Merkezi”* ve/veya *“Nokta Sağlık Hizmetleri”* adı altında sağlık alanında hizmet vermeye yetkili ve sağlık alanında ruhsatlandırılmış birer kuruluş olmadığı halde söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“7/24 Tedavi”*, *“7/24 Acil Böbrek Taşı Kırma!”* gibi ifadelere yer verildiği, “Hizmetlerimiz”/“Üroloji Hizmetleri” başlığı altında tıbbi işlemlere ve hasta tedavisine yönelik açıklamalarda bulunulduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı olmasının yanı sıra kamu sağlığını bozucu ve ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde, söz konusu tıbbi uygulamaların gerçekleştirileceği birtakım hastanelerin isim ve iletişim bilgilerine yer verilerek ve bu hastanelere hasta yönlendirmesi yapılarak da ilgili mevzuata aykırı hareket edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8, 24, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 7/5-g, 9, 26, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Edip TANBASTILAR** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,-TL. (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları** **durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2020/4381**

**Şikayet Edilen:** **Bio-Fiz Sağlık Medikal İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özel Ankara Cerrahi Tıp Merkezi )**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/fehmiarmansacekim/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/fehmiarmansacekim/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde “saç ekimi” uygulamasına ilişkin olarak hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine ve hastaların teşekkür niteliğindeki yorumlarına yer verildiği,

Bununla birlikte, kuruluşun isminin “Fehmi Arman Saç Ekim Merkezi” olarak nitelendirilerek kuruluşun ruhsatnamesinde kayıtlı olan ismin kullanılmadığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tıbbi bir işlem olan “saç ekimi” uygulamasına yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa yönlendirme yaparak sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; ayrıca kuruluş ruhsatında kayıtlı olan isminin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddesi,

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünü 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5- c, 26 ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Bio-Fiz Sağlık Medikal İthalat İhracat Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özel Ankara Cerrahi Tıp Merkezi )** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2020/4725**

**Şikayet Edilen:** **Prof. Dr. Murat Kaan ÜNLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/profkaanunlu/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/profkaanunlu/ adresli internet sitesinin 01.04.2021 tarihli görünümünde örnek olarak*; “Görme kusuruna lazerli konfor. (...)En sık kullanılan yöntem. Ünlü, miyop, hipermetrop, düzeltilmesinde en sık kullanılan yöntemin excimer lazer olduğunu belirterek(...)Dünyada sık kullanılan ve çok tecrübenin oluştuğu yöntem ise lasik. (...)Geri dönüşümlü olan bu cerrahiyle yüksek miyop, astigmat ve hipermetroplarda başarılı sonuçlar alınıyor(…)Sadece 24 saat içinde -6,50 derece gözlerimden kurtulup bu sabaha @prof.dr.kaanunlu sayesinde net uyandım, ne kadar mutlu olduğumu tarif edemem çok mutluyum.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu tanıtımlarda tıbbi işlemlere yönelik toplumu bilgilendirme ve tanıtım sınırlarını aşan, herhangi bir tedavi yönteminin üstünlüklerini tanıtan, talep yaratıcı ifadelere ve hastaların teşekkür, övgü ve onay niteliğindeki ifadelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımların hekimlik mesleğini yürüten şahsın ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri sınırını aşan nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddesi,

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünü 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**72)**

**Dosya No: 2020/4729**

**Şikayet Edilen: Nazife Ezgi ATALAN (Ezgi Atalan Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/ezgiatalanvip adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/ezgiatalanvip/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde kuruluşta sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon ve dermapunt” tanıtımlarına yer verildiği ve kuruluşun “Ezgi Atalay Ayak Sağlığı ve Güzellik Merkezi” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitesinde kuruluşta sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon ve dermapunt”gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve kuruluşun“Ezgi Atalay Ayak Sağlığı ve Güzellik Merkezi”olarak isimlendirildiği,

15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik”in yürürlükten kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 ve 8 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Nazife Ezgi ATALAN (Ezgi Atalan Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2020/4731**

**Şikayet Edilen: İlhami SÖYLEMEZ (Zenobia Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürlerdekuruluşun“Zenobia Estetik ve Güzellik Merkezi” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; 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 isimlerini açıkça “salon” olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Bu bağlamda; ilgili mevzuatta “güzellik merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı ve güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-c, 26 ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İlhami SÖYLEMEZ (Zenobia Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2020/4735**

**Şikayet Edilen: Çiğdem Akın UĞURLU (Çiğdem Uğurlu Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.cigdemugurlu.com.tr ve https://www.instagram.com/ cigdemugurlu\_ankara/ adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020, 04.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.cigdemugurlu.com.tr adresli internet sitesinin 04.01.2021 tarihli görümünde örnek olarak; *“(...)Ankara, Buz Lazer epilasyon ile sizi rahatsız eden tüylerden 4-6 seansta acısız ve ağrısız kurtulabilirsiniz. Soprano ICE DIODE, Buz Lazer Epilasyon Ankara...Soprano ICE DIODE, Buz Lazer Epilasyon Ankara.(...)İnsan DNA’sına en yakın olan Somon DNA, cilt bakımında canlılığını kaybeden yüz, el, boyun ve dekolte bölgesini canlandırmak ve cilde daha genç bir görünüm kazandırmak için kullanılır. Hamilelik sonrası kırışıklıkların tedavisi için ideal bir yöntem olan uygulama, göz çevresindeki morarma ve şişliğin giderilmesinde de kullanılır.(...)Bazı sağlık koşulları tedavi için bir engeldir. Bu işlemin özellikle hamilelik ve emzirme döneminde yapılması önerilmez. Ayrıca; damar tıkanıklığı olan hastalar, inme öyküsü olan hastalar veya inme riski olan hastalar, diyabet hastaları, kan pıhtılaşma sorunları olan hastalar, kalp hastalığı olan hastalar ve kanser hastaları bu tedaviye uygun aday değildir(...)Heykeltraş zayıflama, Vücudun bölgesel olarak belirli düzeyde ULTRASON dalgaları ve özel bir teknikle uygulanarak incelmesi HEYKELTRAŞ olarak isimlendirilmektedir. (...)Soğuk lipoliz bölgesel zayıflama tedavisindeki son teknolojidir. Problem haline gelen lokalize dirençli yağları almak ya da yakmak yerine soğutarak hacim kaybetmelerini sağlayan ve vücuttan atım için uygun hale getiren bu tedavide temel etki mekanizması yağ dokularını dondurmaktır."* şeklinde ifadelere,

https://www.instagram.com/cigdemugurlu\_ankara/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Lazer Epilasyon. Hormonel olarak bezen erkek tipi tüylenme kadınlarda da görülebilir. Lazer epilasyon ile rahatsız olduğunuz tüylerinizden konforlu ve acısız bir şekilde kurtulabilirsiniz. Sizleri merkezimize bekliyoruz. (…)Lazer Uygulaması. Diode Epilasyon. Güvenilir ve hijyenik ortamda lazer uygulaması yaptırmak isteyen danışanlarımız için yıl sonu kampanyamız devam ediyor. 4 mevsim uygulanan diode epilasyon ile sizde tüylerinizden kurtulabilirsiniz. (…)Sivilce ve akne bazı dönemlerde çoğumuzun sıkıntısı olabiliyor. Danışanımızın akne sivilce ve lekelerini cilt tipine uygun vitamin kokteylleri ile iyileştirdik. Sizin de akne sivilce probleminiz varsa bizimle iletişime geçebilirsiniz.(…)#aknetedavisi#akne#ciltbakımı(…)#leketedavisi(…)Dövme silme uygulamasında kullanılan boyanın kalitesi dövme silme uygulamasının kaç seans da silineceğini gösterir. Qswich lazerimiz ile cildinize zarar vermeden dövmelerinizi siliyoruz. Kalıcı dövme, her zaman kalıcı değildir.”* şeklinde ifadelere,

Anılan internet sayfasının 04.01.2021 tarihli görünümünde ise örnek olarak;*“Dermaterapi 650 TL 350 TL...EPİLASYON Soprano ICE Diode Lazer ile 3 Bölge Epilasyon 2500 TL 999 TL...Yıl sonu kampanyası.. Heykeltraş kampayamız yılsonuna özel % 60 indirimle tüm şubelerimizde! Kampanyalardan yararlanmak için bizimle iletişime geçebilirsiniz... ZAYIFLAMA 4000 TL yerine 1500 TL...”* şeklinde ifadelere, hastaların öncesi ve sonrası görsellerine ve tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği,

Bununla birlikte, anılan internet sayfasının 24.06.2020 tarihli görünümünde kuruluşun“Çiğdem Uğurlu Estetik”olarak isimlendirildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitelerinde kuruluşta sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon, Akne Tedavisi, Leke Tedavisi”gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarındauygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara, hastaların öncesi ve sonrasıgörsellerine ve tıbbi işlemlere ilişkin kampanya ve fiyat bilgilerine yer verildiği ve kuruluşun“Çiğdem Uğurlu Estetik” olarak isimlendirildiği,

15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik”in yürürlükten kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 ve 8 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Çiğdem Akın UĞURLU (Çiğdem Uğurlu Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2020/4737**

**Şikayet Edilen:** **Dentin Serçağ Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti. (Özel Dentin Ağız Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/dentinklinik/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/dentinklinik/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde; *“Zirkonyum veneerlar ile hayatı güzelleştiren dokunuşlar. Diş hekimi Derya Temel'in* *(@derya\_temel) çalışması”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımların, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili, talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünü 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5- b, 26 ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dentin Serçağ Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ticaret Ltd. Şti. (Özel Dentin Ağız Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2020/4738**

**Şikayet Edilen: Yasemin ATEŞOĞLU (Yasemin'in Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/yasemininguzelliksalonu/ adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/yasemininguzelliksalonu/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde; kuruluşta sunulan hizmetler arasında *“Lazer epilasyon, Ameliyatsız yüz germe* *(HIFU), Plazmapen uygulamaları, Dövme silme”* tanıtımlarına yer verildiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun “Yasemin'in Güzellik Merkezi” olarak isimlendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu internet sitesinde kuruluşta sunulan hizmetler arasında “Lazer epilasyon, Ameliyatsız yüz germe (HIFU), Plazmapen uygulamaları, Dövme silme”gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği ve kuruluşun “Yasemin'in Güzellik Merkezi” olarak isimlendirildiği,

15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik”in yürürlükten kaldırıldığı ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonlarının sağlık kuruluşu statüsünden çıkarıldığı, bu bağlamda, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci 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 isimlerini açıkça "salon" olarak belirtmesi gerektiğinin hükme bağlandığı,

Ayrıca; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarına ilişkin (J)-Güzellik Salonları bölümünün (13.2) alt başlığının (a) alt bendi gereğince, güzellik salonlarında, epilasyon/depilasyon birimlerinde, lazer epilasyon yöntemleri hariç tıbbi cihaz kapsamına girmeyen cihazları kullanarak tıbbi amaçlı olmayan epilasyon ve depilasyon işlemlerinin yapılabileceğinin açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği, tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; anılan tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ayrıca güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şekilde açıkça yazılması gerektiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 ve 8 inci maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin16 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**77)**

**Dosya No: 2020/4739**

**Şikayet Edilen:** **Özel Seygöl Aile Sağlık Hizmetleri İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özel Medar Hastanesi Gölcük)**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/medarhastanesigolcuk adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://www.instagram.com/medarhastanesigolcuk/ adresli internet sitesinin 29.12.2020 tarihli görünümünde örnek olarak; *“Soğuk havalar cildinizi korkutmasın! Yeni yıla yenilerek girmek isteyenler* *için Dermatoloji bölümümüz sizleri bekliyor. Yeni yıla özel kampanyalarımız hakkında detaylı bilgi ve* *randevu almak için(…)Ozon Terapi ile bağışıklığınızı güçlendirin!(…) Kuru iğneleme tedavisi. Ağrıya* *nokta atışı çözüm. Kuru iğne tedavisi özellikle uzun süren ve geçmeyen kulunçlarda çok etkili bir* *yöntemdir.(…)Aşırı kilolulara çözüm: Mide Botoksu… Mide botoksu kişinin diyet yapmasını* *kolaylaştıran ve hızlı kilo vermesini sağlayan bir uygulamadır. Sizde fazla kilolarınızdan şikayetçi* *iseniz detaylı bilgi ve randevu için(…)Lazer epilasyon ile istenmeyen tüylere etkili çözüm”* şeklinde,

Bununla birlikte inceleme konusu tanıtımlarda;*“Covid-19 antikor testleri ile koronavirüsü geçirmiş veya belirtisiz atlatmışsanız, bağışıklık geliştirme durumunu öğrenebilirsiniz! Testlerimiz %99 güvenilirlikle Abbott ile çalışılmaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu tanıtımlarda yer alan görüntü ve ifadelerin tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, diğer kuruluşlar açısından da haksız rekabete yol açtığı ve bilgilendirme sınırını aşarak *“reklam”* yapıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddesi,

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünü 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özel Seygöl Aile Sağlık Hizmetleri İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Özel Medar Hastanesi Gölcük)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2021/1031**

**Şikayet Edilen:** **Sanomed Tıbbi Görüntüleme ve Sağlık Hizmetleri Tur. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “www.sanomed.com” adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu internet sitesinde; *"Testinizi Uzaktan veya Evinizden Çıkmadan Yaptırmak ister misiniz? Sanomed - Sanalob'un evde işyerinde kan ve numune alma hizmeti ile testlerinizi evinizden veya işyerinizden yaptırabilirsiniz. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda internet sitesinde yer alan; *"Testinizi Uzaktan veya Evinizden Çıkmadan Yaptırmak ister misiniz? Sanomed - Sanalob'un evde işyerinde kan ve numune alma hizmeti ile testlerinizi evinizden veya işyerinizden yaptırabilirsiniz”* şeklindekiifadelerin yürürlükte bulunan sağlık mevzuatı hükümleri çerçevesinde, sağlık alanında hizmet veren kuruluşların ve bu kuruluşun çalışanlarının her ne surette olursa olsun; kuruluşları, kuruluşlarının sundukları hizmet, uyguladıkları tanı ve tedavi yöntemleri ya da kullandıkları her türlü cihaz ve benzeri araçlar ile ilgili, kitle iletişim araçları, elektronik ortam, görsel-işitsel araçlar, yazılı materyaller, vb. nitelikteki araçlar ile doğrudan ve dolaylı olarak tüketicilere yönelik reklam yapmalarının yasak olduğu, bu sebeple söz konusu ifadelerin sağlık hizmetlerine yönelik ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve dolayısıyla mevzuata aykırı olduğu ve bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 1,8, 24, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,

**-** 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu'nun, 19 uncu maddesi,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5,7, 9 ve 26 ncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sanomed Tıbbi Görüntüleme ve Sağlık Hizmetleri Tur. Tic. A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2021/1033**

**Şikayet Edilen**: **Gülçin KAPDAĞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.instagram.com/gk.wellnes ve www.gulcinkapdag.com adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.gulcinkapdag.com adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde; " *YENİ YIL KAMPANYASI Fibroblast Plazma Tedavisi tüm göz çevresi 2500 TL yerine 1500 TL, PRP Dermapen tüm yüz 3 seans 4500 TL yerine 3000 TL...*" şeklinde, www.instagram.com/gk.wellness adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde; "*PLAYSKIN ürünleri ile 3 seans dermapen uygulaması 2100 TL yerine 1500 TL...* " şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.gulcinkapdag.com adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde; "*YENİ YIL KAMPANYASI Fibroblast Plazma Tedavisi tüm göz çevresi 2500 TL yerine 1500 TL, PRP Dermapen tüm yüz 3 seans 4500 TL yerine 3000 TL...*" şeklinde, www.instagram.com/gk.wellness adresli internet sitesinin aynı tarihli görünümünde; "*PLAYSKIN ürünleri ile 3 seans dermapen uygulaması 2100 TL yerine 1500 TL...*" şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu tanıtımların; sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte olduğu dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 1,8, 24, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,

**-** 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu'nun, 19 uncu maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**80)**

**Dosya No: 2021/1036**

**Şikayet Edilen**: **Selda BABACAN (Miss Diamond German Beauty)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.instagram.com/missdiamaondgermanbeauty adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com/missdiamaondgermanbeauty

adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde*; "...En çok tutulan kampanyamız Saç PRP & Sac Mesothreapy ikisi birlikte sadece ve sadece 249.99 TL kaçırmayın... Rus tekniği dudak dolgusu 799 TL, Jawline 799 TL, Elmacık Dolgusu 799 TL, Burun ve Çene Dolgusu 899 TL ..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.instagram.com/missdiamaondgermanbeauty adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde; *" ... en çok tutulan kampanyamız Saç PRP & Sac Mesothreapy ikisi birlikte sadece ve sadece 249.99 TL kaçırmayın ... Rus tekniği dudak dolgusu 799 TL, Jawline 799 TL, Elmacık Dolgusu 799 TL, Burun ve Çene Dolgusu 899 TL ..."* şeklinde ifadelere, tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere ve hasta yorumlarına yer verilerek, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 1,8, 24, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin, J-16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Selda BABACAN (Miss Diamond German Beauty)** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2021/1037**

**Şikayet Edilen**: **Özel Karşıyaka Göz Sağlık Hizmetleri Tur. Gıda İnş. Taah. Org. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.facebook.com/karsiyakagöz adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.facebook.com/karsiyakagöz adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde*; " Karşıyaka Göz Hastanesi'nin deneyimi ve kalitesiyle hizmetinizdeyiz! Hemen başvur sağlıklız görüşlere veda et ... Gözlüklere ve lenslere bağımlı olmayın lazer tedavisi ile net görüş sağlayın"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.facebook.com/karsiyakagöz adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde; *" Karşıyaka Göz Hastanesi'nin deneyimi ve kalitesiyle hizmetinizdeyiz! Hemen başvur sağlıksız görüşlere veda et ... Gözlüklere ve lenslere bağımlı olmayın lazer tedavisi ile net görüş sağlayın"* şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu tanıtımların; sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte olduğu, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 1,8, 24, 25 ve Ek 13 üncü maddeleri,

**-** Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin, 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

**-** Özel Hastaneler Yönetmeliğinin, 60 ıncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Karşıyaka Göz Sağlık Hizmetleri Tur. Gıda İnş. Taah. Org. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2021/1039**

**Şikayet Edilen**: **Metehan AKKAYA (Gözüm Optik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.lensci.com adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.lensci.com adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde*; " FIRSAT ödüllü kontakt lens teknolojisi BİO TRUE avantajı kaçırmayın, 6 kutu satın aldığınızda kutu fiyatı 75 TL hemen al ... gözleriniz onu çok sevecek BİO TRUE 16 saate kadar %100 nem kutu fiyatı yerine 90 yerine 80 TL"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.lensci.com adresli internet sitesinin 01.02.2021 tarihli görünümünde; *" FIRSAT ödüllü kontakt lens teknolojisi BİO TRUE avantajı kaçırmayın, 6 kutu satın aldığınızda kutu fiyatı 75 TL hemen al ... gözleriniz onu çok sevecek BİO TRUE 16 saate kadar %100 nem kutu fiyatı yerine 90 yerine 80 TL"* şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu tanıtımların; sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte olduğu, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 1, 2, 3, 4, 5 ve 6 ncı maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Metehan AKKAYA (Gözüm Optik)** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**83)**

**Dosya No: 2021/1040**

**Şikayet Edilen**: **Mikon Medikal Bilişim ve Medya Yay. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.lensmarket.com adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.lensmarket.com adresli internet sitesinin 27.01.2021 tarihli görünümünde*; " %30 indirim & 6 taksit, indirimli lens setleri ile hem fiyat avantajı hem taksit imkanı ! ... Hediye solüsyon 2 kutu ve üzeri lens siparişinize büyük boy johnson + johnson Acuvua RevitaLens solüsyon"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.lensci.com adresli internet sitesinin 01.02.2021 tarihli görünümünde; *" %30 indirim & 6 taksit, indirimli lens setleri ile hem fiyat avantajı hem taksit imkanı ! ... Hediye solüsyon 2 kutu ve üzeri lens siparişinize büyük boy johnson + johnson Acuvua RevitaLens solüsyon"* şeklinde ifadelere yer verildiği ve bu tanıtımların; sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm yükleyen, tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ve sağlık mevzuatında izin verilen bilgilendirme sınırını aşan nitelikte olduğu, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

**-** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 1, 2, 3, 4, 5 ve 6 ncı maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mikon Medikal Bilişim ve Medya Yay. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2021/1044**

**Şikayet Edilen**: **Gülden - Yücel DEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.instagram.com/dryuceldemır\_dytguldendemır adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com/dryuceldemır\_dytguldendemır adresli internet sitesinin 08.02.2021 tarihli görünümünde*; "1 ayda 4 kg kaybetmenin mutluluğu... tecrübeli uzman estetisyenlerimiz ile hijyenik ve profesyonel epilasyon FDA ONAYLI …"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.instagram.com/dryuceldemır\_dytguldendemır adresli internet sitesinin 08.02.2021 tarihli görünümünde; *"1 ayda 4 kg kaybetmenin mutluluğu... tecrübeli uzman estetisyenlerimiz ile hijyenik ve profesyonel epilasyon FDA ONAYLI …”* gibi ifadelere, tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verilerek, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 24 üncü maddesi,

**-** Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin, 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**85)**

**Dosya No: 2021/1046**

**Şikayet Edilen**: **Muhammet KESKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.instagram.com/drmuhammetkeskin adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com/drmuhammetkeskin adresli internet sitesinin 10.02.2021 tarihli görünümünde*; " doğal erkek burnu ile haftaya başlıyoru, her şey bu fotoğraf ile başladı dilan 1 aylık süreci bizim için derlemiş, haftayı fındık burunla kapatıyoruz bugün ki vakamız kızların burnu güzel olunca anneler de istiyor …"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.instagram.com/drmuhammetkeskin adresli internet sitesinin 10.02.2021 tarihli görünümünde; *" doğal erkek burnu ile haftaya başlıyoruz, her şey bu fotoğraf ile başladı dilan 1 aylık süreci bizim için derlemiş, haftayı fındık burunla kapatıyoruz bugün ki vakamız kızların burnu güzel olunca anneler de istiyor …”* gibi ifadelere, tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verilerek, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 24 üncü maddesi,

**-** Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin, 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**86)**

**Dosya No: 2021/1047**

**Şikayet Edilen**: **Alev CAMSIOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.instagram.com/dralevcamcioglu adresli internet sitesinde yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemeler sonucunda; www.instagram.com/dralevcamcioglu adresli internet sitesinde*; " …çok kıymetli hastam Sümeyye'nin ziyaretinden, kıymetli hastam Songül hanımın 1. ay kontrolünde...çok sevdiğimiz bir restoranda yemek yerken siz Dr. Alev beysiniz değil mi, biz sizden bir türlü erkene randevu alamıyoruz...dediler, ailece tanışmış olduk ve ameliyatı oldubitti bile …"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.instagram.com/dralevcamcioglu adresli internet sitesinde; *"…çok kıymetli hastam Sümeyye'nin ziyaretinden, kıymetli hastam Songül hanımın 1. ay kontrolünde...çok sevdiğimiz bir restoranda yemek yerken siz Dr. Alev beysiniz değil mi, biz sizden bir türlü erkene randevu alamıyoruz...dediler, ailece tanışmış olduk ve ameliyatı oldubitti bile …”* gibi ifadelere, tıbbi işlemlere yönelik kampanyalara, hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verilerek, doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturulduğu, bu ve benzeri tanıtımların sağlık hizmetlerine ticari bir görünüm yüklediği ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

 Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun, 24 üncü maddesi,

**-** Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinin, 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

**-** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliği’nin 29 uncu maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**87)**

**Dosya No: 2020/2473**

**Şikayet Edilen: Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Easy Defence” markalı takviye edici gıdalara ilişkin olarak televizyon kanallarında, "Easyvit" isimli Youtube kanalında ve "easyvitailesi" isimli kurumsal Instagram sayfasında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020-Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, "Easy Defence" adlı ürüne ilişkin olarak Kasım 2020 - Şubat 2021 döneminde televizyon kanallarında ve 10.11.2020 tarihinde "Easyvit" isimli Youtube kanalında yayınlanan "EasyDefence - O İş Bizde!" başlıklı tanıtım filminde, *"Hijyenik kullanımıyla EasyDefence içerisindeki A ve D vitaminleriyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine anılan ürüne ilişkin olarak firmaya ait "easyvitailesi" isimli kurumsal Instagram sayfasında 22.11.2020 tarihinde yayınlanan reklamda, *"İşte karşınızda yeni EasyDefence. İçerisinde Beta Glukan, A, E ve D vitaminleri var. Özellikle bu günlerde hep yanımızda. Hijyenik kullanımı ve içerisindeki A ve D vitaminleriyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur..."* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Ürünün “Easy Defence” olarak isimlendirildiği, bu ismin firmanın tescilli markası olduğu, diğer yandan, firma savunması ekinde yer alan bilgi ve belgelerin incelenmesinden, firma tarafından ürünün bu şekilde isimlendirilmesinin sağlık beyanlarıyla ilgili mevzuat hükümlerine uygun olup olmadığı hususunda Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu’na başvurularak görüş istendiği, Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu’ndan verilen 09.11.2020 tarihli yazılı görüşte, *“Konuya ilişkin değerlendirmenin yalnızca marka/ürün adında kullanılacak “Defence” ifadesine yönelik yapıldığı, bahse konu ifadenin kullanımının ilgili mevzuata aykırılık teşkil etmediği”* şeklinde görüş bildirildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "EasyDefence" adlı ürüne ilişkin olarak Kasım 2020 - Şubat 2021 döneminde televizyon kanallarında ve 10.11.2020 tarihinde "Easyvit" isimli Youtube kanalında yayınlanan "EasyDefence - O İş Bizde!" başlıklı tanıtım filminde, *"Hijyenik kullanımıyla EasyDefence içerisindeki A ve D vitaminleriyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur"* şeklinde bir ifadeye yer verilmekle birlikte, yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın/ürünün kendisine değil gıdanın/ürünün içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği Hakkında Kılavuz gereğince, reklamda yer alan sağlık beyanının, *"Easy Defence içerisindeki A ve D vitaminleri bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur"* şeklindeki kullanımı doğru ve mevzuata uygun bir kullanım iken, inceleme konusu reklamlarda yer aldığı gibi*, "EasyDefence içerisindeki A ve D vitaminleriyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur"* şeklindeki kullanımının, "EasyDefence" adlı ürüne atıf yapılarak beyanda belirtilen etkinin ürünün kendisi tarafından sağlandığı mesajı vermesi nedeniyle açıkça mevzuata aykırı olduğu,

Öte yandan, anılan ürüne ilişkin olarak firmaya ait "easyvitailesi" isimli kurumsal Instagram sayfasında 22.11.2020 tarihinde yayınlanan reklamda, *"İşte karşınızda yeni EasyDefence. İçerisinde Beta Glukan, A, E ve D vitaminleri var. Özellikle bu günlerde hep yanımızda. Hijyenik kullanımı ve içerisindeki A ve D vitaminleriyle bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur..."* şeklinde benzer ifadelere yer verildiği, ayrıca "Özellikle bu günlerde hep yanınızda" ifadesi ile ürünün özellikle Covid-19 salgınının devam ettiği bu günlerde bağışıklık sistemini güçlendirerek kullanan kişileri Covid-19 hastalığına ve viral enfeksiyonlara karşı koruduğu şeklinde bir yanıltıcı bir izlenim uyandırıldığı, diğer yandan, söz konusu ifade ve tanıtımın, Covid-19 hastalığının ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişeleri istismar edilerek ticari gelir elde edilmeye çalışıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1 ve 13/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-g, 5/1-h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Easyvit Sağlık Ürünleri San. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **457.308 TL (Dörtyüzelliyedibinüçyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2020/3540**

**Şikayet Edilen: Rümeysa UYSAL – Arabica Coffee House Karabük Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam/Haksız Ticari Uygulama:** Şahsa ait Arabica Coffee House Karabük Şubesi isimli işletme tarafından düzenlenen "Şubat ayı sonuna kadar tüm kahve içeceklerde 1+1" başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklamlar ile kampanya kapsamında tüketicilere yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam/Haksız Ticari Uygulama Yayın Tarihi:** 2020

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

**Tespitler:** Yapılan incelemede, işletme tarafından düzenlenen "Şubat ayı sonuna kadar tüm kahve içeceklerde 1+1" başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam afişlerinde, *"Şubat ayı sonuna kadar tüm kahve içeceklerde 1+1, 13:00'a kadar. The proof is in the cup! \*Bu kampanya sadece Karabük şubesinde geçerlidir."* şeklinde ifadelere yer verilerek düzenlenen 1 alana 1 bedava kampanyasının saat 13:00'e kadar yapılacak alımlarda tüm kahve içeceklerini kapsayacak şekilde düzenlendiğinin duyurulduğu, 2020 yılı Şubat ayı sonuna kadar geçerli söz konusu kampanyaya ilişkin reklamların belirtilen dönemde kafe önünde yer alan reklam panoları ile kafe içinde yer alan afişlerde yayınlandığı, şikayetçi tüketicinin satın alarak kampanyadan yararlanmak istediği “Arabica Menta” adlı kahve içeceğinin işletme menüsünde “Spesiyaller” adı verilen özel kategoride listelendiği,

Konuya ilişkin olarak firma tarafından sunulan cevabi yazının ekinde yer alan gün sonu raporlarının incelenmesinden, işletme menüsünde “Özel Kategori” altında yer verilen çeşitli kahve içeceklerin kampanyanın devam ettiği günlerde tüketicilere ikram olarak verildiği, dolayısıyla “Klasik Kategori” dışında yer alan içeceklerin de kampanyadan faydalandırıldığı hususları tespit edilmiştir.

Diğer saatlerde ve günlerde yapılan satışlarda tüketicinin karşı karşıya kaldığı durumun devam ettiğinin söylenemeyeceği, diğer günlerde ve saatlerde “Special Kategori” ürünlerinde de 1 + 1 kampanyasının uygulandığı, her satışta sisteme satılan ürünlerden bir tanesinin ikram olarak girildiği ve bunun kasa gün sonu raporlarında mevcut olup elde olanların yazı ekinde sunulduğu, inceleme konusu hususa ilişkin olarak başka bir tüketici şikayetinin alınmadığı,

Şikâyete konu olan kampanyanın tanıtımının şube önünde bulunan 57x97 cm ayaklı reklam panosunda ve kasa önünde A4 boyutundaki afişte yapıldığı, kampanyaların aylık olarak genel merkez tarafından belirlendiği ve kampanya görselinin Ocak ve Şubat ayları boyunca sergilendiği, tüketici şikayetine benzer şikâyetlerin söz konusu olması durumunda firma olarak ana prensiplerinin müşteri memnuniyeti olması nedeniyle müşterilerden özür dilenerek ürünlerinin değiştirildiği veya ikramda bulunarak memnuniyetsizliklerinin giderilmeye çalışıldığı, bu olayda da müşteri memnuniyetini sağlamak adına şikayetçi tüketicinin kahve içmeye davet edildiği hususları ifade edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, işletme tarafından düzenlenen "Şubat ayı sonuna kadar tüm kahve içeceklerde 1+1" başlıklı promosyon kampanyasına ilişkin reklam afişlerinde, *"Şubat ayı sonuna kadar tüm kahve içeceklerde 1+1, 13:00'a kadar. The proof is in the cup! \*Bu kampanya sadece Karabük şubesinde geçerlidir."* şeklinde ifadelere yer verilerek düzenlenen 1 alana 1 bedava kampanyasının saat 13:00'e kadar yapılacak alımlarda tüm kahve içeceklerini kapsayacak şekilde düzenlendiğinin duyurulduğu, Reklam Kurulu Başkanlığına iletilen tüketici şikayetine ilişkin olarak yapılan incelemelerde, tüketicinin kampanya döneminde özel kategoride bulunan Arabica Menta adlı içeceği satın alarak kampanyadan yararlanmak istemesine rağmen işletme tarafından tüketiciye kampanyanın yalnızca klasik kategoride bulunan kahve içecekleri kapsadığı ve ödeme yapması gerektiği belirtilerek tüketicinin kampanyadan yararlandırılmadığı, tüketicinin söz konusu durumu iki kez yaşadığı ve her iki olayda da tüketiciden Arabica Menta adlı içeceğin ücretinin tahsil edildiği, bu itibarla, kampanya reklamlarının ana vaadinde kampanyanın tüm kahve içecekleri kapsadığı belirtilmesine rağmen işletme menüsünde özel kategoride yer alan bir içeceğin kampanya kapsamında bulunmadığı öne sürülerek tüketiciden ödeme yapmasının istenmesinin mesleki özenin gereklerine uymayan açık bir haksız ticari uygulama olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, ticari uygulamada bulunan **Rümeysa UYSAL – Arabica Coffee House Karabük Şubesi** hakkında, söz konusu ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2020/3793**

**Şikayet Edilen: Çerezmm Gıda Kuruyemiş San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından üretim ve satışı yapılan "Çerezmm Antep Fıstıklı, Karışık Kuruyemişli, Hindistan Cevizli Lokum" adlı ürüne ilişkin olarak ürün ambalajı üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Yapılan incelemede, tüketici şikayeti ekinde ürün ambalajı ile ürün içinden çıkan lokumların fotoğraflarına yer verildiği, ürün ambalajı üzerinde, “Çerezmm with Pistachio, Mixed Nuts, Coconut – Turkish Delight” ibareleri ile gümüş bir kase içinde bulunduğu görülen lokumların fotoğrafının yer aldığı, ambalaj üzerindeki fotoğrafta bulunan lokumların bol miktarda antep fıstığı ve karışık kuruyemiş içerdiği görülürken, ambalaj içinde yer alan lokumlarda ise oldukça az miktarda antep fıstığı bulunduğu hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından üretim ve satışı yapılan "Çerezmm Antep Fıstıklı, Karışık Kuruyemişli, Hindistan Cevizli Lokum" adlı ürüne ilişkin olarak ürün ambalajı üzerinde yer verilen görselde, bir kase içinde yer alan lokumların bol miktarda antep fıstığı ve karışık kuruyemiş içerdiği görülmekle birlikte, ürün ambalajı içinde yer alan lokumların çok az miktarda antep fıstığı içerdiği, bu itibarla, gerçeği yansıtmayan söz konusu ambalaj görseli ile "Antep Fıstıklı, Karışık Kuruyemişli Lokum" şeklindeki ürün tanıtımı ve gıda etiketlemesinin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer yandan, söz konusu lokum görselinin ortalama tüketicilerin bilinçli olarak karar verme yeteneğini azaltarak normal şartlar altında taraf olmayacakları bir tüketici işlemine taraf olmalarına yol açtığı ve böylelikle tüketicilerin ekonomik davranış biçiminin önemli ölçüde bozulduğu, dolayısıyla ürünün gerçek durumunu yansıtmayan lokum görselleri ile tüketicilerin yanıltılmasının aynı zamanda açık bir haksız ticari uygulama olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddelerii,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çerezmm Gıda Kuruyemiş San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, söz konusu reklamlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü, 77/12 ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları ve haksız ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2020/4963**

**Şikayet Edilen: Pınar Süt Mamülleri San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Pınar Çocuk Devam Sütü" adlı ürüne ilişkin olarak tematik çocuk kanallarında, ulusal televizyon kanallarında ve muhtelif internet siteleri ile çeşitli dijital mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, firma tarafından "Pınar Çocuk Devam Sütü" adlı ürüne ilişkin olarak tematik çocuk kanallarında ve ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam filminde, küçük çocuklarını çocuk doktoruna götürmüş bir anne - baba ile muayenehanesinde çocuğu muayene eden bir doktorun yer aldığı, söz konusu reklamda karşılıklı konuşma olarak:

*"Doktor: Aaaa, görmeyeli ne kadar büyümüşsün Mert!*

*Küçük çocuk iç ses: Pınar Çocuk Devam Sütü içiyoruz heralde.*

*Baba: Aslan oğlum benim yaa.*

*Küçük çocuk iç ses: Şu masaya çıkayım ben.*

*Anne: Keyfimiz yerinde çok şükür.*

*Küçük çocuk iç ses: Top sende.*

*Doktor: Herşey yolunda, aynen devam edelim.*

*Bebek iç ses: Pınar Çocuk Devam Sütü içiyoruz dedim yaa! E bitti buu.*

*Anne: E o zaman ne yapıyoruz, devam sütümüzü içiyoruz.*

*Küçük çocuk iç ses: Vallahi doyamıyorum ben bu sütün tadına. İçelim büyüyelim, sloganı da buldum ama konuşamıyorum ki daha.*

*Dış ses: Pınar Çocuk Devam Sütü. Çocukların gelişimine tam destek."*

ifadelerine; ekranda durağan yazı olarak ise, "Vitamin D - normal kemiklerin korunmasına katkıda bulunur.", "B12 - normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur.", "Çinko - bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.", "Anne sütü bebek ve küçük çocuklar için en uygun besindir." ve “Çocukların gelişimine tam destek” şeklinde ifadelere yer verildiği,

Anılan reklamın, ulusal televizyon kanallarında 1-24 Aralık 2020 tarihleri arasında, tematik çocuk kanallarında ise 1-23 Aralık 2020 tarihleri arasında yayınlandığı, ayrıca inceleme konusu reklam ve tanıtımlara çeşitli internet siteleri ile dijital mecralarda yer verildiği,

Diğer yandan, aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdaların çocuklara yönelik reklamlarına ilişkin olarak Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk ve Sağlığı Kurumu tarafından yayımlanan "Çocuklara Yönelik Aşırı Tüketimi Tavsiye Edilmeyen Gıdalar ile ilgili Reklamlar için Besin Profil Modeli" uyarınca içerdikleri gıda bileşenleri ve besin değerlerine göre yiyecek ve içeceklerin üç grup altında tasnif edildiği, buna göre anılan rehberde;

*“1. Kırmızı Liste: Reklamı Yasaklanan Gıda ve İçecek Kategorisi*

*2. Turuncu Liste: Reklamına Belirtilen Kriterlere Uyulması Halinde İzin Verilecek Gıda ve İçecek Kategorisi*

*3. Yeşil Liste: Reklamına İzin Verilecek Gıda ve İçecek Kategorisi”*

olarak belirlendiği, ayrıca konuya ilişkin olarak 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un 9/7 maddesinde, *"Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeler içeren yiyecek ve içeceklerin ticarî iletişimine, çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içinde yer verilemez."* hükmünün;Yayın Hizmetleri Usül ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 9/7 maddesinde, *"(7) (Değişik:RG-3/4/2014-28961) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen yağ, yağa dönüşen asitler, tuz/sodyum ve şeker gibi gıda ve maddeleri içeren yiyecek ve içeceklerin ticarî iletişimi; a) Çocuk programlarının başında ve sonunda veya bu programların içinde yapılamaz. b) (Değişik:RG-27/3/2018-30373)Diğer programlarla birlikte veya bu programların içinde yapılması durumunda, ekranın alt kısmında izleyiciler tarafından rahatça okunabilir,  akar bant şeklinde yayınlanacak ve içerisinde düzenli ve dengeli beslenmeyi teşvik eden ifadelere yer veren Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan yazılı uyarılarla birlikte yapılır. Bu uyarılar Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanır. c) (Değişik:RG-27/3/2018-30373) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen yiyecek ve içeceklerin tespitinde, Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan liste esas alınır. Bu liste Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanır."* hükümlerinin yer aldığı,

Ayrıca "Çocuklara Yönelik Aşırı Tüketimi Tavsiye Edilmeyen Gıdalar ile ilgili Reklamlar için Besin Profil Modeli" nin "Kısaltmalar ve Açıklamalar" başlıklı bölümünde, turuncu kategoride "E" harfli ile belirtilmiş "2.Sütlü içecekler-E" ürün grubuna ilişkin olarak, "E. Devam mamaları ve büyüme sütleri bu modelin kapsamında değildir" şeklinde bir dipnota yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Pınar Çocuk Devam Sütü adlı ürüne ilişkin olarak hem televizyon reklamlarında hem de çeşitli internet siteleri ile dijital mecralarda yayınlanan tanıtımlarda yer verilen "Çocukların gelişimine tam destek" ifadesinin mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan bir sağlık beyanı olduğu, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği Ekinde, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin olarak bazı vitamin, mineral ve yağ asitleri ile ilgili kullanımına izin verilen sağlık beyanları listelenmekle birlikte, Yönetmeliğin Ek-4 başlıklı söz konusu listesinde, "Çocukların gelişimine tam destek sağlama" şeklinde kullanımına izin verilen bir sağlık beyanının yer almadığı,

Diğer yandan, yürürlükte olan mevzuat hükümlerine göre, izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın/ürünün kendisine değil gıdanın/ürünün içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, anılan tanıtımlarda yer alan "Çocukların gelişimine tam destek" şeklindeki beyanın "Pınar Çocuk Devam Sütü" adlı ürüne atıf yapacak şekilde kullanılmasının da mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1 ve 13/2 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pınar Süt Mamülleri San. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2021/740**

**Şikayet Edilen: Pınar Süt Mamülleri San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Pınar Yoğurt" adlı ürünlere ilişkin olarak ürün ambalajları üzerinde yer verilen "Katkı maddesi içeremez" ibareli reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Pınar Yoğurt markalı ürünün ambalajı üzerinde “Katkısızdır-Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt Katkı Maddesi İçermez” şeklinde bir ibarenin yer aldığı, bir logo çalışması şeklinde ürün ambalajları üzerinde konumlandırılan ifade incelendiğinde, “Katkısızdır” ibaresinin “Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt Katkı Maddesi İçermez” ifadesinin üstünde ve daha büyük puntolarla yazılarak ön plana çıkarıldığı, söz konusu kullanımın Reklam Özdenetim Kurulu nezdinde şikayete konu olması ardından 10.06.2020 tarihli RÖK kararıyla anılan ibarenin kullanımının mevzuata uymadığı gerekçesiyle koşullar yerine getirilmeden ve ürünün ambalajında gerekli düzeltmeler yapılmadan bu hali ile kullanılmaması gerektiği yönünde karara varıldığı, bunun üzerine Haziran 2020’de Pınar Süt Mamülleri San. A.Ş. tarafından ürün ambalajı üzerinde yer alan bu ifadede bazı güncellemeler yapılarak ürün ambalajları üzerinde kullanılmaya devam edildiği;

Güncellenen logo üzerinde eski logoya benzer şekilde ürünün katkı maddesi içermediğini belirtecek şekilde, "Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt Katkı Maddesi İçermez" ibaresine yer verildiği, yine bir logo olarak düzenlenen ibare incelendiğinde, sarı renkli bir daire içerisine konumlandırılan ibarenin "Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt" şeklindeki ilk bölümünün, yine sarı renkli olarak ince karakter ve küçük puntolarla yazılırken, "Katkı Maddesi İçermez" şeklindeki bölümünün ise ön plana çıkarılacak şekilde daha büyük ve kalın karakterlerle ve beyaz renkli olarak yer aldığı;

Diğer yandan, Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz'da, gıdalarda “Katkısız/ Katkı maddesi içermez” ifadesinin kullanımına ilişkin olarak, *"Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği gereğince katkı maddesi kullanımına izin verilmeyen bir gıdanın etiketinde “Türk Gıda Kodeksi gereğince .… (gıdanın adı) …. katkı maddesi içermez” yazılabilir."* şeklinde bir hükme yer verildiği, bu itibarla, mevzuat gereği katkı maddesi kullanımına izin verilmeyen Pınar Yoğurt adlı ürüne ilişkin olarak ürün etiketlendirmesinde “Türk Gıda Kodeksi gereğince .… (gıdanın adı) …. katkı maddesi içermez” şeklinde bir ifadenin kullanımına izin verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait "Pınar Yoğurt" markalı ürünlere ilişkin olarak ürün ambalajları üzerinde ve www.pinar.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan görsellerde yer alan tanıtımlarda, ürünün katkı maddesi içermediğini belirtecek şekilde, "Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt Katkı Maddesi İçermez" ibaresine yer verildiği, ürün ambalajı üzerinde bir logo şeklinde yer verilen ibare incelendiğinde, sarı renkli bir daire içerisine konumlandırılan ibarenin "Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt" şeklindeki ilk bölümünün, yine sarı renkli olarak ince karakter ve küçük puntolarla yazılırken, "Katkı Maddesi İçermez" şeklindeki bölümünün ise ön plana çıkarılacak şekilde daha büyük ve kalın karakterlerle ve beyaz renkli olarak yer aldığı, söz konusu logoyla karşılaşan tüketicilerin ilk bakışta "Katkı Maddesi İçermez" ifadesini görürken "Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt" şeklindeki ilk bölümünün ise ancak yakından okunabildiği,

Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz'da, gıdalarda “Katkısız/ Katkı maddesi içermez” ifadesinin kullanımına ilişkin olarak, *"Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği gereğince katkı maddesi kullanımına izin verilmeyen bir gıdanın etiketinde “Türk Gıda Kodeksi gereğince .… (gıdanın adı) …. katkı maddesi içermez” yazılabilir."* şeklinde bir hükme yer verildiği, bu itibarla, mevzuat gereği katkı maddesi kullanımına izin verilmeyen firma ürününe ilişkin olarak ürün etiketlendirmesinde *“Türk Gıda Kodeksi gereğince .… (gıdanın adı) …. katkı maddesi içermez”* şeklinde bir ifadenin kullanımına izin verilmekle birlikte, çeşitli porsiyonlarda satışa sunulan ürünlerin ambalajları üzerinde "Katkı Maddesi İçermez" ibaresinin "Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt" ibaresinden çok daha büyük ve kalın puntolarla yazılarak ön plana çıkarılmasının normalde katkı maddesi içeren bir ürünün katkısız üretildiği ve piyasada satışı yapılan diğer yoğurtlarda katkı maddesi varmış gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturduğu, diğer yandan, konuya ilişkin olarak Tarım ve Orman Bakanlığı Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü'nden alınan yazılı görüşte, farklı puntolarda yazılan "Türk Gıda Kodeksi gereğince sade yoğurt KATKI MADDESİ İÇERMEZ" ifadesinin mevzuata uygun olmadığının ifade edildiği, dolayısıyla, ürün ambalajları üzerinde bir logo şeklinde yer verilen ve "Katkı Maddesi İçermez" bölümü ön plana çıkarılacak şekilde daha büyük puntolarla yazılan "Türk Gıda Kodeksi Gereğince Sade Yoğurt Katkı Maddesi İçermez" ibaresinin bu haliyle kullanımının mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pınar Süt Mamülleri San. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2021/775**

**Şikayet Edilen: Uludağ İçecek Türk A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından "Efsane Uludağ Gazozu" adlı ürüne ilişkin olarak yayınlanan "Türkiye'de tek! Koruyucu içermeyen Efsane Gazoz" ibareli reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020-2021

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

**Tespitler:** Yapılan incelemede; “Efsane Uludağ Gazozu” markalı sade ve meyveli gazoz ürünlerinin şişe ve ambalajları üzerinde, "Türkiye’de tek! Koruyucu içermeyen Efsane Gazoz" ibaresine yer verildiği,

www.eveuludag.com adresli internet sitesinin 25.02.2021 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda, *“ULUDAĞ, TÜRKİYE’NİN TEK KORUYUCU İÇERMEYEN EFSANE GAZOZU. TÜRKİYE’NİN TEK KORUYUCUSUZ GAZOZ ÜRETİMİNİ YAPIYORUZ! - Uludağ İçecek, yaptığı yatırımlar sonucunda Efsane Uludağ Gazoz’u koruyucusuz üreterek Türkiye'nin ilk ve tek koruyucusuz gazoz üretimi yapan firmasıdır. ÜRÜNLERİMİZDE POTASYUM SORBAT (E202), SODYUM BENZOAT (E211) GİBİ KORUYUCULAR YOK! Uludağ İçecek ürünleri koruyucusuz üretim teknolojisi ve ARGE çalışmaları sayesinde potasyum sorbat (E202) ve/veya sodyum benzoat (E211) gibi koruyucular içermemektedir. GAZLI İÇECEKLERDE KORUYUCUSUZ ÜRETİM TEKNOLOJİSİNİN BAŞLATILMASINA FİKİR ÖNCÜLÜĞÜ ETTİK! Uludağ İçecek’in fikir öncülüğünde Alman Krones firmasıyla iş birliği sonucunda Uludağ İçecek, dünyada gazlı içeceklerde koruyucusuz üretim teknolojisinin başlatılmasına öncülük etmiş oldu. EFSANE ULUDAĞ GAZOZ NASIL KORUYUCUSUZ ÜRETİLİYOR? Efsane Uludağ Gazoz Pet Ambalaj ürünlerimizi 90 °C üzerinde kısa dönemli pastörizasyon metodu, Efsane Uludağ Gazozu Cam ve Alüminyum Kutu Ambalaj ürünlerimizi ise 70 °C üzerinde uzun dönemli pastörizasyon\* metodu ile pastörize ederek koruyucu içermeden üretiyoruz. ÜRÜN RAF ÖMÜRLERİMİZİ DE KORUYUCUSUZ ÜRETİMLE ULUDAĞ İÇECEK AR-GE EKİBİMİZİN ÇALIŞMALARI SONUCUNDA UZATTIK! Uludağ İçecek’in sahip olduğu koruyucusuz üretim teknolojisinin sanılanın aksine raf ömrü kısaltma değil arttırma özelliği bulunmaktadır. Koruyucusuz üretim teknolojisinin pozitif etkileri ile yapılan AR-GE çalışmaları sonucunda bazı ürünlerin mevcut raf ömürleri 1-3 ay arttırılmış olup diğer koruyucu içermeyen ürünler için de raf ömrü arttırma çalışmaları devam etmektedir. EFSANE ULUDAĞ GAZOZU %100 PANCAR ŞEKERİ İLE ÜRETİLİYOR! Uludağ İçecek, tüm ürünlerinde %100 pancar şekeri kullanmakta olup Nişasta bazlı şeker (NBŞ) glikoz ve fruktoz şurubu kullanmamaktadır.”* ifadeleri ile "Türkiyede tek! Koruyucu içermeyen Efsane Gazoz" ibareli afişlere yer verildiği, ayrıca firmaya ait “efsaneuludaggazozu” isimli kurumsal Instagram sayfasında yayınlanan tanıtımlarda, *“Koruyucu içermeyen efsane lezzet; Efsane Uludağ Gazozu! Üstelik Türkiye’de tek!”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

Mart-Nisan 2020 döneminde televizyon kanallarında yayınlanan ve bir örneği “Uludağ İçecek” isimli Youtube kanalının <https://www.youtube.com/watch?v=UFWaExN0wZg> URL adresinde de yer alan “Türkiye Tek! Koruyucu İçermeyen Efsane Gazoz - Efsane Uludağ Gazozu” başlıklı tanıtım filminde, *“Efsane Uludağ Gazoz. Lezzet içiririm koruyucu içirmem. Uludağ, Türkiye’nin tek koruyucu içermeyen Efsane Gazozu”* ifadelerine, reklam filminde alt yazı olarak ve Youtube kanalında yayınlanan videonun açıklama bölümünde ise, *"\*Türkiye’deki markalara ait 119 adet gazoz ürününde gerçekleştirilen incelemelere göre Uludağ Gazozu, Türkiye’nin Tek koruyucu içermeyen gazozudur."* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Firma savunması ekinde sunulan bilgi ve belgeler incelendiğinde, televizyon reklamlarında alt yazı olarak yer verilen, *"\*Türkiye’deki markalara ait 119 adet gazoz ürününde gerçekleştirilen incelemelere göre Uludağ Gazozu, Türkiye’nin Tek koruyucu içermeyen gazozudur."* şeklindeki iddiaya ilişkin olarak, ülkemizde satışı yapılan farklı markalara ait 119 adet sade ve meyveli gazozun etiket ve şişe fotoğraflarının Bakanlığa sunulduğu, ayrıca ürünlerin içerik bilgilerine ilişkin olarak 119 adet ürünün listelendiği bir Excel tablosuna yer verildiği, buna göre, ürünlerin etiketlerinin incelenmesi sonucunda 119 adet ürünün tümünde koruyucu bileşen bulunduğu, piyasada satışı yapılan sade ve meyveli gazoz ürünlerinde “Sodyum Benzoat (E211)” ve “Potasyum Sorbat (E202)” olmak üzere iki tür koruyucu katkı maddesi kullanıldığı, 119 adet ürünün bazıları yalnızca “Sodyum Benzoat” veya “Potasyum Sorbat” içerirken, bazı ürünlerin ise her iki koruyucu bileşeni de içerdiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Uludağ İçecek Türk A.Ş. tarafından "Efsane Uludağ Gazozu" adlı ürüne ilişkin olarak ürün ambalajları üzerinde, www.uludagicecek.com.tr ve www.eveuludag.com adresli internet sitelerinde, "Uludağ İçecek" isimli Youtube kanalında ve televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda yer verilen, "Türkiye'nin tek koruyucu bileşen içermeyen gazozu olma" iddiasının Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesi hükümleri kapsamında ispatlandığı, diğer yandan, üründe koruyucu bileşen bulunmadığını ifade etmek amacıyla kullanılan "Lezzet içiririm koruyucu içirmem!" ve "Koruyucu içermeyen Efsane Gazoz" ibarelerinde ilgili gıda ve reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığı** görüş ve kanaatine varılmıştır.

**93)**

**Dosya No: 2021/1202**

**Şikayet Edilen: İlko İlaç San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından piyasada satışı yapılan “Wellcare” markalı takviye edici gıdalara ilişkin olarak televizyon kanallarında ve www.wellcaretr.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18 Ocak – 25 Şubat 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler:** Yapılan incelemede; "Wellcare Vitamin D3 Sprey" adlı ürüne ilişkin olarak televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, çok sayıda özel koruma tarafından koruma altına alınmış anne, baba ve bir çocuğun görüntüleri ile birlikte, *"Normal hayatta böyle yakın korumalarınız yoksa, Wellcare Vitamin D3 Sprey katkısız içeriğiyle bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler, size ve ailenize yakın koruma sağlar. Wellcare, kullanan milyonlarca kişi yanılıyor olamaz"* şeklinde sesli ifadelere ve durağan yazı olarak *"Aileniz için yakın koruma"* şeklinde bir ibareye yer verildiği, reklamda alt yazı olarak *“D Vitamini bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur… IQVIA Türkiye 2026-2020 satış verilerine göre”* şeklinde ifadelerin yer aldığı, yine televizyon kanallarında altbant olarak yayınlanan reklamlarda ise, *"Bağışıklığınızı desteklemek için Wellcare Vitamin D3 Sprey. Aileniz için yakın koruma"* şeklinde beyanların yer aldığı,

Diğer yandan, Wellcare Vitamin D3 Sprey 400 IU, Wellcare Vitamin D3 Sprey 600 IU, Wellcare Vitamin D3 Sprey 1000 IU ve Wellcare Vitamin D3 Intense adlı ürünlerin www.wellcaretr.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtım sayfalarında, *"Aileniz için yakın koruma. Wellcare Vitamin D3, bağışıklık sisteminizin fonksiyonunu destekler, sizi korumasız bırakmaz"* şeklinde ifadelere ve özel koruma olduğu görülen bir kişinin görseli ile birlikte *"Aileniz için yakın koruma"* ibaresine yer verildiği, ayrıca ürünlere ait söz konusu tanıtım sayfalarında halihazırda yayında olan ve bir örneği https://www.youtube.com/watch?v=TA9Y4\_C\_vFE URL adresinde bulunan "D Vitamini" başlıklı tanıtım filminde ise, *"Güneşin etkileri bir fıs uzağında! Bağışıklığımızı güçlendirmek ve vücudumuzun ihtiyacı olan D vitamini için her gün bir fıs Vitamin D3 yeter! Sen D iyi yaşa!"* şeklinde ifadeler ile birlikte Covid-19 hastalığına yol açan koronavirüs görsellerine yer verildiği, söz konusu virüs görsellerinin üründen bir fıs sıkılması ile birlikte ekrandan uzaklaşarak kaybolduğu,

Bu hususlara ek olarak, ürünlerin tanıtım sayfalarında, "Bebeklikte" üst başlığı altında bir bebeğin görüntüsü ile birlikte *"Vitamin D3 ile Hayat Boyu Sağlıkla Yaşama Sanatı"* şeklinde ifadelerin yer aldığı, yine aynı bölümde "Hastalıkta, Sağlıkta" üst başlığı altında *"Vitamin D3 ile Hayat Boyu Sağlıkla Yaşama Sanatı"* ifadesine yer verildiği,

"Wellcare Vitamin C Selenyum" adlı ürüne ilişkin olarak televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, özel korumaların görüntüsü ile birlikte, *"Böyle yakın korumalarınız yoksa, Wellcare Vitamin C Selenyum katkılı içeriğiyle bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler, size ve ailenize yakın koruma sağlar. Milyonlarca Wellcare kullanıcısı yanılıyor olamaz"* şeklinde sesli ifadelere ve durağan yazı olarak *"Aileniz için yakın koruma", "Bağışıklığa destek"* ve *"Enerji oluşumuna katkı*" şeklinde ibarelere yer verildiği,

Diğer yandan, bahsi geçen ürüne ilişkin olarak www.wellcaretr.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Aileniz için yakın koruma. Wellcare Vitamin C, bağışıklık sisteminizin fonksiyonunu destekler, sizi korumasız bırakmaz... Bağışıklığa destek... Enerji oluşumuna katkı"* şeklinde ifadelere ve özel koruma olduğu görülen bir kişinin görseli ile birlikte *"Aileniz için yakın koruma"* ibaresine yer verildiği,

Bu hususlara ek olarak, ürünün tanıtım sayfasında, "Bebeklikte" üst başlığı altında bir bebeğin görüntüsü ile birlikte *"Vitamin D3 ile Hayat Boyu Sağlıkla Yaşama Sanatı"* şeklinde ifadelerin yer aldığı, yine aynı bölümde "Hastalıkta, Sağlıkta" üst başlığı altında *"Vitamin D3 ile Hayat Boyu Sağlıkla Yaşama Sanatı"* ifadesine yer verildiği,

"Wellcare Vitamin B12 Sprey" adlı ürüne ilişkin olarak televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, özel korumaların görüntüsü ile birlikte, *"Böyle yakın korumalarınız yoksa, Wellcare Vitamin B12 Sprey bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler, size ve ailenize yakın koruma sağlar. Milyonlarca Wellcare kullanıcısı yanılıyor olamaz"* şeklinde sesli ifadelere ve durağan yazı olarak *"Bağışıklığa destek"* ve *"Yorgunluğun azalmasına yardımcı"* şeklinde ibarelere yer verildiği,

Diğer yandan, bahsi geçen ürüne ilişkin olarak www.wellcaretr.com adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, *"Aileniz için yakın koruma. Wellcare Vitamin B12, bağışıklık sisteminizin fonksiyonunu destekler, sizi korumasız bırakmaz... Bağışıklığa destek... Yorgunluğun azalmasına yardımcı"* şeklinde ifadelere ve özel koruma olduğu görülen bir kişinin görseli ile birlikte *"Aileniz için yakın koruma"* ibaresine yer verildiği,

Bu hususlara ek olarak, ürünün tanıtım sayfasında, "Bebeklikte Vitamin B12" üst başlığı altında bir bebeğin görseli ile ayrıca "Hastalıkta Sağlıkta Vitamin B12" şeklinde bir ifadenin yer aldığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği kapsamında kullanımına izin verilen sağlık beyanlarının gıdanın kendisine değil gıdanın içeriğinde bulunan bileşene atıf yapması ve doğrudan ilgili bileşenle birlikte kullanılması gerektiği, bununla birlikte, Wellcare markalı ürünlere ilişkin olarak “Tespitler” başlığı altında detaylarıyla açıklanan reklam ve tanıtımlarda, *"Wellcare Vitamin D3 Sprey/Wellcare Vitamin C/ Wellcare Vitamin B12 bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler", "Yorgunluğun azalmasına yardımcı", "Bağışıklığa destek"* ve *"Enerji oluşumuna katkı"* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, kullanımına izin verilen sağlık beyanlarında atıf yapılan sağlık etkilerinin firma ürünü tarafından sağlandığı şeklinde bir izlenim oluşturulmasının mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Öte yandan, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi - katkısı olabilecek gıda bileşenlerine ilişkin tanıtımlarda kullanılabilecek beyanların *"Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur"* veya *"Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur"* şeklindeki beyanlarla sınırlandırılmasına rağmen inceleme konusu reklamlarda yer verilen *"Bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekleme", "Aileniz için yakın koruma", "Yakın koruma sağlama", "Bağışıklığı güçlendirme", "Bağışıklığı korumasız bırakmama"* şeklindeki ifadelerin mevzuatta izin verilen bu sınırların dışına çıktığı; benzer şekilde, doğrudan Wellcare markalı takviye edici gıdalara atıf yapacak şekilde kullanılan *"Yorgunluğun azalmasına yardımcı"* ve *"Enerji oluşumuna katkı"* şeklindeki beyanların da mevzuatta belirlenen *“B12 vitamini yorgunluk ve bitkinliğin azalmasına katkıda bulunur”* ve *"C vitamini normal enerji oluşum metabolizmasına katkıda bulunur."* şeklindeki beyan sınırlarının dışına çıktığı,

Ayrıca, inceleme konusu reklamlarda, *"Normal hayatta böyle yakın korumalarınız yoksa Wellcare Vitamin D3 Sprey/ Wellecare Vitamin B12 Sprey/ Wellcare Vitamin C Selenyum bağışıklık sisteminin fonksiyonunu destekler"* gibi ifadelere ve özel koruma olarak tasvir edilen kişilerin görüntülerine yer verilmek suretiyle, Wellcare markalı ürünler özel korumalarla bir tutularak özel korumalar korumakla görevli oldukları kişileri dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı nasıl koruyorsa Wellcare markalı ürünlerin de bağışıklık sistemini tehdit eden dış etmenlere ve hastalıklara karşı koruma sağladığı şeklinde yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, reklamlarda yer alan bu ifade, görüntü ve görsellerin de mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olduğu,

Bu hususlara ek olarak, Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği'nde (Tebliğ No:2013/49) 2 yaşın altındaki bebek ve küçük çocuklar için takviye edici gıda üretilemeyeceği ve piyasaya arz edilemeyeceği hüküm altına alınmakla birlikte, www.wellcaretr.com adresli internet sitesinde yer alan ürün tanıtım sayfalarında bebek görsellerine, "Bebeklikte" ve "Vitamin D3 ile Hayat Boyu Sağlıkla Yaşama Sanatı" gibi ifadelere yer verilerek Wellcare markalı ürünlerin bebeklerin tüketimine uygun olduğu ve bebeklerde güvenle kullanılabileceği şeklinde bir izlenim uyandırılmasının da açıkça mevzuata aykırı ve tüketicileri aldatıcı olduğu, benzer şekilde, ürünlere ait tanıtım sayfalarında yer verilen "Hastalıkta, Sağlıkta" şeklindeki ifadelerin, ürünlerin hastalıkların tedavisinde, iyileştirilmesinde veya önlenmesinde etkili olduğu şeklinde bir algı oluşturması nedeniyle mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olarak değerlendirildiği,

Diğer taraftan, *"Milyonlarca Wellcare kullanıcısı yanılıyor olamaz"* şeklindeki somut iddianın ispatına ilişkin olarak firma tarafından sunulan IQVIA Türkiye 2016-202 satış verilerinin söz konusu iddiayı ispatlar nitelikte değerlendirilmediği, IQVIA Türkiye adlı araştırma kuruluşu tarafından yapılan söz konusu araştırmaya ilişkin veri seti incelendiğinde, *"IQVIA Türkiye’nin veri topladığı ecza depolarından serbest eczanelere yapılan ilaç satışlarının takip edildiği Turkey Pharmaceutical Index Dataview ve Turkey Consumer Health Dataview veri tabanları kayıtlarına göre 2016-2020 data döneminde belirtilen ürünlere ait kutu satış verisi aşağıda bilginize sunulmuştur."* şeklinde bir bilgilendirme metnine yer verildiği, dolayısıyla 2016-2020 yıllarını kapsayan satış verilerinin eczaneler tarafından tüketicilere yapılan satışları değil ecza depolarından serbest eczanelere yapılan satışları kapsadığının görüldüğü, diğer yandan, kutu satış verilerinin tek başına firma iddiasını kanıtlamak için yeterli olmadığı, ilgili araştırma firması tarafından derlenen verilerde eczanelere satılan kutulara ek olarak promosyon, kampanya olarak verilen ve ücret alınmayan kutuların da sayıldığı, kaldı ki bazı tüketicilerin ürünleri düzenli kullanımının söz konusu olabileceği ve düzenli kullanan tüketicilerin doğal olarak ürünleri bir defadan fazla satın aldığı, dolayısıyla yalnızca ecza depolarından eczanelere yapılan satışları gösteren araştırma raporunun her halükarda *"Milyonlarca Wellcare kullanıcısı yanılıyor olamaz"* şeklindeki iddiayı ispatlar nitelikte sayılamayacağı, sonuç olarak, firma tarafından söz konusu araştırma sonuçlarından yapılan alıntılar çarpıtılarak gerçeği yansıtmayan tüketicileri aldatıcı iddialarda bulunulduğu,

Son olarak, Wellcare Vitamin D3 Sprey adlı ürünlerin www.wellcaretr.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtım sayfalarında halihazırda yayında olan ve bir örneği https://www.youtube.com/watch?v=TA9Y4\_C\_vFE URL adresinde bulunan "D Vitamini" başlıklı tanıtım filminde, koronovirüsü sembolize eden virüs görselleri ile ürünün kullanımı sonucunda koronavirüs şeklindeki virüslerin ortadan yok olduğu görüntülere yer verilerek Covid-19 salgınının devam ettiği bu günlerde ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek kullanan kişileri Covid-19 hastalığına ve viral enfeksiyonlara karşı koruduğu şeklinde bir yanıltıcı bir izlenim uyandırıldığı, diğer yandan, söz konusu görüntü ve tanıtımların, Covid-19 hastalığının ülkemizde ve dünyada salgın halinde seyrettiği bir dönemde yayınlanması suretiyle, insanların bilgi ve tecrübe eksikliği ile korku ve endişeleri istismar edilerek ticari rant elde edilmeye çalışıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2, 13/1 ve 13/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İlko İlaç San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2021/1204**

**Şikayet Edilen: Türkü Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Güçlü TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2020, 16.12.2020, 24.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Güçlü TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak 02.12.2020 tarihinde saat 12:10:55'te, 16.12.2020 tarihinde saat 15:00:15'te ve 24.12.2020 tarihinde saat 12:02:45'te yayınlanan tele alışveriş reklamlarında; *“(...) Kanser, ülser, ağrı, romatizma aklınıza ne gelirse. Şifası işte...Bakın romatizma hastaları olanlar, romatizma hastası, dizleri ağrıyanlar, ayakta duramayanlar, yürürken zorluk çekenler bizleri arasınlar. Şifanız burada diyoruz ... Bitti mi, bitmedi: prostat hastalarımız var, prostat hastalarımız var, idrar zorluğu yaşayanlar var, ağrı çekenler var. Bakın bin derdin devasından bahsediyoruz ..., bin derdin devasından bahsediyoruz. Deri hastalığı olanlar, derisinde istenmeyen hastalık görünenler; lekeler, sivilceler, akneler. ... Ölümden başka her derde devadır .... Sütten kesilen anneler, sütü az akan anneler, yavrusunu doyurmakta zorlanan anneler bunu uyguladıklarında onlar kendileri şahit oldu, bebeklerinin doyduğunu, sütünün yettiğini gördüler. Adet döneminde, kadın hastalıklarında birebir şifadır denildi. Tıp söylüyor bunu... Nefes darlığına da birebir. Nefes darlığı şikayeti olanlar bir ay içerisinde anadan doğmuş misali rahat rahat nefes alıp verecek ... Kalp hastalığı olanlar, böbrek yetmezliği olanlar, böbrek taşı olanlar, prostat hastaları, diyabet yani şeker hastaları, hemoroid, bakın çok önemli, basur hastalığı, basur, basur hastaları... Basuru on beş gün içerisinde günde iki tatlı kaşığı kullanmakla birlikte tamamen bitiriyor...Evli kardeşlerimiz yanımıza geldi. "Hocam tıbbi olarak hiçbir sorunumuz yok. Doktorlara gidiyoruz tedavimizi olmak için derdimizi söylüyoruz yapılan testler sonucu hiçbir sorun gözükmüyor." dediler. Biz onlara da önerdik ... ölüm harici her derde devadır dediği bu muhteşem macunu, çörek otunu, sevgili izleyenler çocuk sahibi oldular. ... Çörek otu mucizesiyle bir bebek sahibi oldular...Yaşlılarımız dinç oldu, gücüne güç kattı, hastalarımız şifa buldu. Kansere dahi çözümü var deniliyor. Kansere dahi çözümü var diye söyleniyor... Sevgili kardeşlerim prostat hastası olanlar, eklem ve kemik ağrıları olanlar bununla birlikte kalp ve damar tıkanıklığı olanlar daha önce kalp krizi geçirmiş damar tıkanıklığından dolayı ve yine kalp krizi geçirme riski olanlar tıkalı olan damarlar en geç bir hafta içerisinde açılıyor...”, "Çörek Otu Macunu", "6 Kavanoz, 99 TL + Kargo Bedava", "0 216 214 13 .."* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Çörek Otu Macunu" adlı ürünün *"kalp-damar hastalıkları, kadın hastalıkları, romatizma, eklem rahatsızlıkları, deri hastalıkları, eklem ve kemik ağrıları, şeker, prostat, hemoroid, kanser, böbrek hastalıkları"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, ayrıca dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda İslam dininin ve toplumun dini duygu ve hassasiyetlerinin istismarına yönelik aldatıcı beyan ve ifadelere yer verildiği ve tanıtımı yapılan ürünün Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, dolayısıyla, söz konusu reklam filminde yer alan Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifadelerin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinin, “(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)” hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-f, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Türkü Yayıncılık A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953 TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2021/1205**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Güçlü TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2020, 16.12.2020, 24.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, Güçlü TV adlı televizyon kanalında "Çörek Otu Macunu" adlı ürüne yönelik olarak 02.12.2020 tarihinde saat 12:10:55'te, 16.12.2020 tarihinde saat 15:00:15'te ve 24.12.2020 tarihinde saat 12:02:45'te yayınlanan tele alışveriş reklamlarında; *“(...) Kanser, ülser, ağrı, romatizma aklınıza ne gelirse. Şifası işte...Bakın romatizma hastaları olanlar, romatizma hastası, dizleri ağrıyanlar, ayakta duramayanlar, yürürken zorluk çekenler bizleri arasınlar. Şifanız burada diyoruz ... Bitti mi, bitmedi: prostat hastalarımız var, prostat hastalarımız var, idrar zorluğu yaşayanlar var, ağrı çekenler var. Bakın bin derdin devasından bahsediyoruz ..., bin derdin devasından bahsediyoruz. Deri hastalığı olanlar, derisinde istenmeyen hastalık görünenler; lekeler, sivilceler, akneler. ... Ölümden başka her derde devadır .... Sütten kesilen anneler, sütü az akan anneler, yavrusunu doyurmakta zorlanan anneler bunu uyguladıklarında onlar kendileri şahit oldu, bebeklerinin doyduğunu, sütünün yettiğini gördüler. Adet döneminde, kadın hastalıklarında birebir şifadır denildi. Tıp söylüyor bunu... Nefes darlığına da birebir. Nefes darlığı şikayeti olanlar bir ay içerisinde anadan doğmuş misali rahat rahat nefes alıp verecek... Kalp hastalığı olanlar, böbrek yetmezliği olanlar, böbrek taşı olanlar, prostat hastaları, diyabet yani şeker hastaları, hemoroid, bakın çok önemli, basur hastalığı, basur, basur hastaları... Basuru on beş gün içerisinde günde iki tatlı kaşığı kullanmakla birlikte tamamen bitiriyor... Evli kardeşlerimiz yanımıza geldi. "Hocam tıbbi olarak hiçbir sorunumuz yok. Doktorlara gidiyoruz tedavimizi olmak için derdimizi söylüyoruz yapılan testler sonucu hiçbir sorun gözükmüyor." dediler. Biz onlara da önerdik ... Ölüm harici her derde devadır dediği bu muhteşem macunu, çörek otunu, sevgili izleyenler çocuk sahibi oldular. ... Çörek otu mucizesiyle bir bebek sahibi oldular... Yaşlılarımız dinç oldu, gücüne güç kattı, hastalarımız şifa buldu. Kansere dahi çözümü var deniliyor. Kansere dahi çözümü var diye söyleniyor... Sevgili kardeşlerim prostat hastası olanlar, eklem ve kemik ağrıları olanlar bununla birlikte kalp ve damar tıkanıklığı olanlar daha önce kalp krizi geçirmiş damar tıkanıklığından dolayı ve yine kalp krizi geçirme riski olanlar tıkalı olan damarlar en geç bir hafta içerisinde açılıyor...”, "Çörek Otu Macunu", "6 Kavanoz, 99 TL + Kargo Bedava", "0 216 214 13 .."* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği,

Ayrıca, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan "Çörek Otu Macunu" adlı ürünün *"kalp-damar hastalıkları, kadın hastalıkları, romatizma, eklem rahatsızlıkları, deri hastalıkları, eklem ve kemik ağrıları, şeker, prostat, hemoroid, kanser, böbrek hastalıkları"* gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden beyanların birer sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç bu tür beyanlarla takviye edici gıda niteliğinde olan ürünün birçok hastalığı veya sağlık sorununu iyileştirdiği, tedavi ettiği veya önlediği şeklinde bir izlenim oluşturularak söz konusu ürünün sanki bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre gıdalar/takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunulabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı,

Diğer taraftan, Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından çörek otunun İslam dinindeki yeri ve tedavi edici etkisine ilişkin olarak muhtelif televizyon programlarında yapılan açıklamalar ile anılan şahsa ait görüntülerin montajlama yoluyla inceleme konusu reklam filmine uyarlandığı, ayrıca dış ses tarafından yapılan tanıtımlarda İslam dininin ve toplumun dini duygu ve hassasiyetlerinin istismarına yönelik aldatıcı beyan ve ifadelere yer verildiği ve tanıtımı yapılan ürünün Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU tarafından tavsiye edildiği gibi yanıltıcı bir izlenim oluşturulduğu, dolayısıyla, söz konusu reklam filminde yer alan Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU'na ait olmayan ve gerçekleri yansıtmayan tanıklık ve tavsiye belirten ifadelerin tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı, tüketici güveni ile tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Tanıklı reklamlar” başlıklı 16 ncı maddesinin, “(1) Reklamlarda, tanıklığına başvurulan kişi, kurum veya kuruluşun tecrübesine, bilgisine veya araştırma sonuçlarına dayanmayan ve gerçek olmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer verilemez veya atıfta bulunulamaz. (…)” hükmüne aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 8/2, 9/1, 9/2 ve 13/1 ve 13/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/1-f, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 16, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ergene Yayıncılık A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **20.953 TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2021/1210**

**Şikayet Edilen: ŞU Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait ŞU TV adlı televizyon kanalında "Mucize Ağrı Kremi" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, ŞU TV adlı televizyon kanalında "Mucize Ağrı Kremi" adlı ürüne yönelik olarak 31.01.2021 tarihinde saat 14:15'te yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(…) Diz, bel ve sırt ağrılarına son. Dizlerinde, ellerinde, sırtında kireçlenmesi olanlar. Sinüzit, migren, başağrısı çekenler. Migren, egzema, bel fıtığı, romatizma, kireçlenme, sırt, diz, kol ağrıları. Romatizma, eklem, kas, bel, sırt, fıtık ağrıları, sinir sıkışması. Vücudunuzdaki tüm ağrılara çözüm mucize ağrı kremi. Kas ağrılarına, zorlanmalara, kasılmalara çözüm mücize ağrı kremi. 10 kutu mucize krem. 99 TL + Kargo. 0212 975 07 71", “(...) Bel fıtığıyla, boyun fıtığının asla çözümü yoktur. Yani tıbben de, batı tıbbının da aciz kaldığı yerler var. Özellikle de eklem sıvılarının kaybolmasından dolayı sıvı enjekte ediyorlar, bir takım parça takıyorlar. Ama ameliyattan sonra ne olur ne olmaz diye dört yıldır bu tecrübelerin tamamını yaşadığımdan dolayı bir de bel fıtığının, boyun fıtığının da çaresi, umudu bu. Sıvıyla falan olacağına ben asla inanmıyorum.”, “...Bel ağrısı, diz ağrısı, boyun ağrısı, bel fıtığı, boyun fıtığı, sedef, egzama, migren ve sinüzit. Migren ve sinüzitle ilgili olarak sıkıntınız varsa bir haftanın içerisinde bundan sonra ömür boyunca bu ağrıyı hissetmek istemiyorsanız ekranın altındaki numaraları şimdi hemen arayın. Ayak kokusu, ayak mantarı ile ilgili olarak probleminiz varsa 48 saat içerisinde 2 defa yani bir gün akşam bir gün sabah bir de diğer günkü sabahın akşamı ömür boyu ayak kokusu bitecek. Özellikle de sedef, egzama, mantar yaklaşık 15 veya 20 gün kullanıyorsunuz.”, “...Ama eklem rahatsızlıklarınızdan dolayı fıtıklardan dolayı rahatsızlığınız varsa bundan başka çözüm, çareniz, umudunuz yok...”, “ ... bel ağrısıyla, boyun ağrısıyla, bel fıtığıyla, diz ağrısıyla, eklem rahatsızlıklarıyla yani o eklem sıvıları kayboldu dedi ya bunların tamamını yerine getiriyor....”, “Bel ağrın, diz ağrın, boyun ağrın, bel fıtığın, sinüzit, migren, varis, ayak kokusu, parmak arası mantar, sedef, egzama varsa, saç kıran varsa bakın saçkıran maksimum maksimum 5 günde yok oluyor. Sedef ve egzama varsa maksimum 4 gün, 3 gün içerisinde 4 gün artık kronik bir hal alıpta batı tıbbı da buna çare bulamadıysa 5 günde. Yani birkaç yıllıksa 1 gün, 10 - 15 yıllık bir durumsa... bunların hepsine çare ve çözüm.”, "0212 975 07 ..", "Satış Rekoru Kıran Mucize Ağrı Krem", "Vücudunuzdaki Tüm Ağrılara Çözüm Mucize Ağrı Kremi", "Bel - Diz - Sırt - Eklem Ağrılarınıza Karşı Çözüm Ağrı Kremi!", "Dizlerinde, Sırtında, Ellerinde Kireçlenmesi Olanlar!", "Sinüzit, Migren ve Baş Ağrısı Çekenler!", "Kas Ağrılarına, Zorlanmalara, Kasılmalara Çözüm Mucize Ağrı Kremi!", "Romatizma - Eklem - Kas - Bel -Sırt - Fıtık Ağrıları - Sinir Sıkışması!", "Diz - Kol - Bacak - Migren - Sinüzit Ağrıları - Kireçlenme!"* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Mucize Ağrı Kremi" adlı ürünün “bel ağrısı, boyun ağrısı, baş ağrısı, bel fıtığı, boyun fıtığı, eklem ağrıları, migren, ayak kokusu, romatizma, sinüzit, kireçlenme, sinir sıkışması, sedef hastalığı, egzama, mantar, diz, sırt ve vücuttaki sair tüm ağrılar” gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden ifadelerin mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olduğu, bilindiği üzere, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu reklamda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten tüm ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu; ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Bu doğrultuda, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre kozmetik ürünler için inceleme konusu tele-alışveriş reklamında yer aldığı şekilde sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, kozmetik bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, sonuç olarak doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **ŞU Televizyon ve Yayıncılık A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.681 TL (Yirmiikibinaltıyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2021/1211**

**Şikayet Edilen: Hedef TV Radyo A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından ŞU TV adlı televizyon kanalında "Mucize Ağrı Kremi" adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tele-alışveriş reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.01.2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Yapılan inceleme sonucunda, ŞU TV adlı televizyon kanalında "Mucize Ağrı Kremi" adlı ürüne yönelik olarak 31.01.2021 tarihinde saat 14:15'te yayınlanan tele alışveriş reklamında; *“(…) Diz, bel ve sırt ağrılarına son. Dizlerinde, ellerinde, sırtında kireçlenmesi olanlar. Sinüzit, migren, başağrısı çekenler. Migren, egzema, bel fıtığı, romatizma, kireçlenme, sırt, diz, kol ağrıları. Romatizma, eklem, kas, bel, sırt, fıtık ağrıları, sinir sıkışması. Vücudunuzdaki tüm ağrılara çözüm mucize ağrı kremi. Kas ağrılarına, zorlanmalara, kasılmalara çözüm mücize ağrı kremi. 10 kutu mucize krem. 99 TL + Kargo. 0212 975 07 71", “(...) Bel fıtığıyla, boyun fıtığının asla çözümü yoktur. Yani tıbben de, batı tıbbının da aciz kaldığı yerler var. Özellikle de eklem sıvılarının kaybolmasından dolayı sıvı enjekte ediyorlar, bir takım parça takıyorlar. Ama ameliyattan sonra ne olur ne olmaz diye dört yıldır bu tecrübelerin tamamını yaşadığımdan dolayı bir de bel fıtığının, boyun fıtığının da çaresi, umudu bu. Sıvıyla falan olacağına ben asla inanmıyorum.”, “...Bel ağrısı, diz ağrısı, boyun ağrısı, bel fıtığı, boyun fıtığı, sedef, egzama, migren ve sinüzit. Migren ve sinüzitle ilgili olarak sıkıntınız varsa bir haftanın içerisinde bundan sonra ömür boyunca bu ağrıyı hissetmek istemiyorsanız ekranın altındaki numaraları şimdi hemen arayın. Ayak kokusu, ayak mantarı ile ilgili olarak probleminiz varsa 48 saat içerisinde 2 defa yani bir gün akşam bir gün sabah bir de diğer günkü sabahın akşamı ömür boyu ayak kokusu bitecek. Özellikle de sedef, egzama, mantar yaklaşık 15 veya 20 gün kullanıyorsunuz.”, “...Ama eklem rahatsızlıklarınızdan dolayı fıtıklardan dolayı rahatsızlığınız varsa bundan başka çözüm, çareniz, umudunuz yok...”, “ ... bel ağrısıyla, boyun ağrısıyla, bel fıtığıyla, diz ağrısıyla, eklem rahatsızlıklarıyla yani o eklem sıvıları kayboldu dedi ya bunların tamamını yerine getiriyor....”, “Bel ağrın, diz ağrın, boyun ağrın, bel fıtığın, sinüzit, migren, varis, ayak kokusu, parmak arası mantar, sedef, egzama varsa, saç kıran varsa bakın saçkıran maksimum maksimum 5 günde yok oluyor. Sedef ve egzama varsa maksimum 4 gün, 3 gün içerisinde 4 gün artık kronik bir hal alıpta batı tıbbı da buna çare bulamadıysa 5 günde. Yani birkaç yıllıksa 1 gün, 10 - 15 yıllık bir durumsa... bunların hepsine çare ve çözüm.”, "0212 975 07 ..", "Satış Rekoru Kıran Mucize Ağrı Krem", "Vücudunuzdaki Tüm Ağrılara Çözüm Mucize Ağrı Kremi", "Bel - Diz - Sırt - Eklem Ağrılarınıza Karşı Çözüm Ağrı Kremi!", "Dizlerinde, Sırtında, Ellerinde Kireçlenmesi Olanlar!", "Sinüzit, Migren ve Baş Ağrısı Çekenler!", "Kas Ağrılarına, Zorlanmalara, Kasılmalara Çözüm Mucize Ağrı Kremi!", "Romatizma - Eklem - Kas - Bel -Sırt - Fıtık Ağrıları - Sinir Sıkışması!", "Diz - Kol - Bacak - Migren - Sinüzit Ağrıları - Kireçlenme!"* şeklinde sözlü ve yazılı ifadelere yer verildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Mucize Ağrı Kremi" adlı ürünün “bel ağrısı, boyun ağrısı, baş ağrısı, bel fıtığı, boyun fıtığı, eklem ağrıları, migren, ayak kokusu, romatizma, sinüzit, kireçlenme, sinir sıkışması, sedef hastalığı, egzama, mantar, diz, sırt ve vücuttaki sair tüm ağrılar” gibi birçok rahatsızlığa iyi geldiğini iddia eden ifadelerin mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan sağlık beyanları olduğu, bilindiği üzere, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu reklamda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten tüm ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte olduğu; ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Bu doğrultuda, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre kozmetik ürünler için inceleme konusu tele-alışveriş reklamında yer aldığı şekilde sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, kozmetik bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin de alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, sonuç olarak doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7 nci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 üncü maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hedef TV Radyo A.Ş.** hakkında, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **22.681 TL (Yirmiikibinaltıyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2020/2230**

**Şikayet Edilen:** **Haktan Peynircilik Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam**: Yörükbaşı Tereyağı Keyfi isimli ürünün “Tereyağı Keyfi” ibareli ambalajı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Yörükbaşı Tereyağı Keyfi isimli ürünün ilgili yasal düzenlemeler kapsamında “Süt yağlı margarin” olduğu ve ürün ambalajı üzerinde “Tereyağı Keyfi” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Yörükbaşı Terayağı Keyfi isimli ürünün ilgili yasal düzenlemeler kapsamında “Süt yağlı margarin” olarak kabul edilmesine karşın ürün ambalajı üzerinde yer verilen “Tereyağı Keyfi” ifadesi ve yapılan satış uygulamaları ile söz konusu ürünün ortalama tüketici nezdinde tereyağı olduğu yönünde algıya neden olduğu ve bu nedenle tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/4, 20/4’üncü maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği Hakkında Kılavuz’un “Genel Uygulama Esasları” bölümünün 1, 2 ve 4’üncü maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 12/1, 18/1, 26/1, 28/1, 28/2 ve 28/4’üncü maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7’nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**99)**

**Dosya No: 2021/584**

**Şikâyet Edilen: Hes İlaç ve Kozmetik Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.mommysbliss.com.tr/ internet adresi ve https://www.instagram.com/mommysblisstr sosyal medya adreslerinde “Gripe Water” ve “Cough Syrup” isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan firmaya ait internet sitesi ve sosyal medya hesabında adı geçen ürünlere yönelik tanıtımlarda, mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.mommysbliss.com.tr/gripe-water URL uzantılı internet sitesinde yer alan tanıtımda, “Gripe Water” isimli takviye edici gıdanın ambalajında Türkçe “Gaz”, “Kolik”, “Huysuzluk” ve “Hıçkırık” anlamına gelecek “gas”, “colic”, “fussiness” ve “hiccups” şekilde ifadelere, bebek görseline ve ürünün haftalık ve üzeri bebekler için kullanılabileceğine ilişkin ibareye yer verildiği ancak firma tarafından satışa sunulan söz konusu ürünün ambalajında ve etiketinde anılan görsel ve ifadelerin bulunmadığı; https://www.mommysbliss.com.tr/organic-baby-cough-syrup--mucus-relief--immunity-boost-day-time URL uzantılı internet sitesinde yer alan tanıtımda “Cough Syrup” isimli takviye edici gıdanın ambalajında Türkçe “Öksürük şurubu” anlamına gelecek “cough syrup” ifadesine, bebek görseline ve ürünün 4 aylık ve üzeri bebekler için kullanılabileceğine ilişkin ibareye ve ayrıca ürünü “organik”, “balgam söktürücü” ve “bağışıklığı güçlendirici” olarak niteleyecek beyanlara yer verildiği ve https://www.instagram.com/mommysblisstr sosyal medya hesabında da anılan ürünlerin belirtilen görsellerle tanıtımının yapıldığı yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışına çıkılarak tanıtımının yapıldığı, tanıtımlarda yer alan ifadelerin bir bütün olarak değerlendirildiğinde, “sağlık beyanı” olduğu, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, b, c, ç ve d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a ve b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/2-c, ğ ve h maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7’nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**100)**

**Dosya No: 2021/940**

**Şikâyet Edilen: Sifar İlaçları Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait YouTube hesabı ve https://newlife.com.tr/ adlı internet sitesinde yayınlanan “New Life” markalı “4 Hepa” isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan sosyal medya hesabında “New Life” markalı 4 Hepa isimli ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği ve söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.youtube.com/watch?v=Zy0wiSDrMzA ve https://newlife.com.tr/ urunlerimiz/4hepa/?gclid=EAIaIQobChMIspiS1M3G7wIVQ8TVCh0IxgJgEAAYASAAEgIJVvD\_BwE URL adreslerinin 23.03.2021 tarihli görünümünün yanı sıra PowerTürk ve Joy Fm adlı radyo kanallarında “New Life” markalı 4 Hepa isimli ürün hakkında yayımlanan reklamlarda; “*Bugünlerde hepimiz sağlığımıza daha çok dikkat ediyoruz. Sağlıklı bir yaşam için karaciğerimizi korumak çok önemli. Karaciğer sağlığına destek için artık dört içerikli New Life 4 Hepa var. 4 Hepa'da bulunan kolin karaciğer fonksiyonlarının korunmasına yardımcı olur. New Life 4 Hepa karaciğere dört koldan koruma*.” şeklinde beyanlara yer verildiği, bu beyanların mevzuata aykırı sağlık beyanı olduğu, endikasyon belirttiği ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilerek tanıtım yapıldığı, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünlerin sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında 5/1-a, b, ç, d ve i maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, b ve c, 8/1, 8/2, 8/3, 8/4, 8/5, 9/1, 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c ve ç maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5, 16/1, 16/3 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 nci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sifar İlaçları Ticaret ve Sanayi Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **114.326,00-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2020/3416**

**Şikayet Edilen: Genesis Telekomünikasyon ve İnternet Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.facebook.com/102378668208169/posts/111116324 001070?d=n, muhbirhaber.online/anasayfa/index2.php, muhbirhaber.online/anasayfa/site.php adresli internet sayfalarında yer alan Dr. Phytofarma Kekreyemiş Tozu ürününe ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/102378668208169/posts/111116324001070?d=n adresli internet sayfasının 28.07.2020 tarihli görünümünde; Eczacı: Günde 100 Kişi İstiyor Ne Kadar Göbekli Varsa Bize Koştu" başlıklı gönderisine girildiğinde https://muhbirhaber.online/anasayfa/index2.php adresine yönlendirildiği, anılan sayfanın 28.07.2020 tarihli görünümde *"Tüketilen gıdalardaki yağların kana karışmasını %95'e kadar engelliyor, Yağ enzimlerinin parçalanma hızını 3 kata kadar yükseltebiliyor, Vitamin ve protein emilimini %98'e kadar yükseltiyor, Vücuttaki şişkinliği 4/3 azaltabiliyor, Kiloya sebep olan ödem bloklarının çözülmesini sağlıyor, Metabolizma aktivatörlerini çoğaltarak sindirimi rahatlatıyor, Yüksek enerjisi ile açlık sınırını yükselterek midenin küçülmesine yardım ediyor, Vücuda girdiği anda mideye ulaşan yağları bir duvar gibi blokluyor yani yağlı bir öğün bile tüketseniz vücut bu yağları kana karıştırmıyor ve ardından metabolizmasal aktivatörleri hızlandırarak depolanmış yağların yakılmasını sağlıyor bunun halk dilindeki açıklaması ise vücut kilo vermeye başlıyor #zayıfla, hızlı ve kalıcı etkili metabolik yağ yakıcı, metabolizmanız 4 kat daha hızlı çalışır, vücudun yağ yakımı %80 daha çoğalır, öğündeki yağların kana karışması %90 oranında engellenir. midenizin küçülmesine yardımcı olur. tokluk süresini uzatır. ödem ve toksinlerin %95 e kadar hızla atılmasını sağlar. bölgesel yağlanmayı 8 kata kadar daha hızlı eriterek göbek basen bölgelerinde kalıcı kilo kaybı sağlar, turbo zayıflatıcı, 41 kg verdi, 27 kg verdi. 23 kg verdi, 26 kg verdi, 39 kg verdi. zayıflatma, kilo verme garantili"*şeklinde;

muhbirhaber.online/anasayfa/index2.php adresinde bulunan "İncelemek İçin Tıklayın" yönlendirmesine girildiğinde muhbirhaber.online/anasayfa/site.php adresine yönlendirildiği ve https://muhbirhaber.online/anasayfa/site.php adresli internet sayfasının 28.07.2020 tarihli görünümünde ise "Dr. Phytofarma Kekreyemiş Tozu" isimli ürüne yönelik olarak; *"Metabolik yağ yakıcı. Normal bir insana göre metabolizmanız 4 kat daha hızlı çalışır. Vücudun yağ yakımı %80 çoğalır. Bölgesel yağlanmayı 8 kata kadar daha hızlı eriterek, göbek, basen bölgelerinde kalıcı kilo kaybı sağlar. Sporsuz & Diyetsiz yiyerek göbek eriten formülasyon. Turbo zayıflatıcı. Kilo verme garantili. 18 ülkede resmi kurumlar tarafından Obezite tedavisinde önerilen ilk ve tek doğal içerikli formülasyon. Sporsuz diyet olmadan maksimum yağ yakımı sağlar. “Bakanlık izinli formülasyon"* şeklinde ifadelerle reklam ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde *"Bakanlık izinli formülasyon"*gibi ifadelere yer verilerek söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 5/ğ maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 13, 15 inci maddeleri,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 11, 26 ıncı maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Genesis Telekomünikasyon ve İnternet Hizmetleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2021/1102**

**Şikayet Edilen: Elif BORAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sayfasının 11.03.2021 tarihli görünümünde nisantasikozmetikcom mağaza adıyla yapılan tanıtımlarda yer alan Diox Detoks Çayı 60'lı ürününe yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.n11.com adresli internet sayfasının 11.03.2021 tarihli görünümünde nisantasikozmetikcom mağaza adıyla yapılan tanıtımlarda yer alan Diox Detoks Çayı 60'lı ürününe yönelik olarak; "Vücudumuzdaki toksinlerden arındırır. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Bol su içmenizi sağlar. Bölgesel yağları ter ve idrar ile vücuttan atar. " şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5, 7, 8, 9, 13, 15 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Elif BORAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2019/9820**

**Şikayet Edilen: CPC Medya Radyo Televizyon ve Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli takviye edici gıda niteliğinde olan ürüne ilişkin olarak, uydu üzerinden yayın yapan ‘Gala TV’ isimli TV kanalında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “GALA TV” logolu televizyon kanalında yayınlanan inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda; "Karaciğer Hastaları", "Akciğer Hastaları", "Kilo Sorunu", "Karaciğeri ve Akciğeri Temizliyor", "300 Yıllık Karaciğer Temizleyici Macun" başlıkları altında *" ... Enginar macunu kanı temizler. En hayati organ olan akciğeri, karaciğeri temizler. Bu sayede başka hastalıklarınız varsa iyileşir... Enginar macunu sayesinde insanları iyileştiriyoruz. Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor, idrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor... Enginar macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz, vücudunuz da gençleşiyor efendim. Otomatik olarak kendini yeniliyor ve daha genç ve daha dinç oluyorsunuz.", "Karaciğer hastalan, akciğer hastaları, kilo sorunu", "Osmanlıdan günümüze, padişahların ve sarayın aktarı Mahmut Efend-i Enginar Macunu hastalıkları önlüyor, karaciğeri ve akciğeri temizliyor. Enginar Macunu Karaciğeri Temizler, Karaciğerin yenilenme hızını arttırır. Enginar Macunu Kandaki mikropları atar, Akciğeri temizler. Enginar Macunu Toksinleri atar, Safra Kesesini arındırır. Enginar Macunu Zayıflatır.* şeklinde ifadelere yer verildiği, aynı reklamların 2020 yılı içerisinde başka bir uydu kanalında (Top Shop TV) da yayınlandığı, reklam verenin ise Lions Reklam Güv. Mal. Tem. Koz. İnş. Mal. Org. San. Tic. Ltd. Şti. olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Mahmut Efend-i Enginar Macunu” isimli ürüne ilişkin yayınlanan tanıtım videosunda; "*Karaciğer hastaları, akciğer hastaları, kansızlık sorunu olanlar, kilo ile başı dertte olanlar", "300 Yıllık Karaciğer Temizleyici Macun*", " *... Enginar macunu kanı temizler. En hayati organ olan akciğeri, karaciğeri temizler. Bu sayede başka hastalıklarınız varsa iyileşir... Enginar macunu sayesinde insanları iyileştiriyoruz. Başta karaciğeri, akciğeri temizliyor. Kanı temizliyor. Vücuttaki zararlı maddeleri, toksinleri yok ediyor, idrar yoluyla attırıyor. Böbreklerin düzenli çalışmasını sağlıyor. Böbrek kumlarını düşürüyor. Ayrıca solunum yollarını açıyor... Enginar macunu karaciğeri temizliyor ve artık vücudunuz eskisi gibi çalışır hale geliyor. Bu sayede metabolizmanız da düzeliyor ve kilo vermeye başlıyorsunuz, vücudunuz da gençleşiyor efendim. Otomatik olarak kendini yeniliyor ve daha genç ve daha dinç oluyorsunuz.", "Karaciğer hastalan, akciğer hastaları, kilo sorunu", "Osmanlıdan günümüze, padişahların ve sarayın aktarı Mahmut Efend-i Enginar Macunu hastalıkları önlüyor, karaciğeri ve akciğeri temizliyor. Enginar Macunu Karaciğeri Temizler, Karaciğerin yenilenme hızını arttırır. Enginar Macunu Kandaki mikropları atar, Akciğeri temizler. Enginar Macunu Toksinleri atar, Safra Kesesini arındırır. Enginar Macunu Zayıflatır*." şeklinde sağlık beyanı içeren ifadelere yer verilerek tanıtım yapıldığı, bu tür beyanlarla takviye edici bir gıda niteliğinde olan söz konusu ürünün sanki ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre takviye edici gıdalar için bu tür sağlık beyanlarının kullanılmasının kesinlikle yasak olduğu, herhangi bir ürüne ilişkin olarak her hangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağı, dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, b, c, ç, d maddesi hükümlerine,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/4 maddesi hükümlerine,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi hükmüne,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3,7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/5 ve 26 ncı maddesi

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **CPC Medya Radyo Televizyon Ve Yayıncılık A. Ş. (Gala TV)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **17.094,00-TL (Onyedibindoksandört Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2021/1174**

**Şikayet Edilen: Adıyaman Radyo Televizyon Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 18.11.2020 tarihinde 15:00-15:35 saatleri arasında “ALASKA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 18.11.2020 tarihinde 15:00-15:35 saatleri arasında “ALASKA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında mevzuata aykırı sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 13.04.2021 tarihli ve 308 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

18.11.2020 tarihinde 15:00-15:35 saatleri arasında “ALASKA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“1 hafta içerisinde, bunu ilk defa açıklıyorum, şu anda yeni nesil performans artırıcı tablet viagradan bahsediyoruz, cinsel performans artırıcı tablet olduğu gibi aynı zamanda 1 hafta içerisinde 5 santim penis büyütücü özelliği var.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Adıyaman Radyo Televizyon Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2021/1175**

**Şikayet Edilen: Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** 18.11.2020 tarihinde 15:00-15:35 saatleri arasında “ALASKA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 18.11.2020 tarihinde 15:00-15:35 saatleri arasında “ALASKA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında sağlık beyanı kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 13.04.2021 tarihli ve 308 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

18.11.2020 tarihinde 15:00-15:35 saatleri arasında “ALASKA TV” logosuyla uydu üzerinden yayın yapan televizyon kanalında, “Garantili Viagra Set” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün reklamında *“1 hafta içerisinde, bunu ilk defa açıklıyorum, şu anda yeni nesil performans artırıcı tablet viagradan bahsediyoruz, cinsel performans artırıcı tablet olduğu gibi aynı zamanda 1 hafta içerisinde 5 santim penis büyütücü özelliği var.”* şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ergene Yayıncılık Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **20.953,00-TL (Yirmibindokuzyüzelliüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2021/1190**

**Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketine** ait “Balparmak Apitera Propolis” marlakı takviye edici gıda mahiyetindeki ürün tanıtımlarına ilişkin dosya hakkında yapılan görüşmeler neticesinde, konu ile ilgili olarak Tarım ve Orman Bakanlığı Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğünün görüşüne başvurulması istemiyle, **dosyanın ertelenmesine**karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2021/1191**

**Şikayet Edilen: Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketitarafından piyasaya arz edilen “Balparmak Apitera” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürünlerin tanıtımı için kullanılan broşür

**Reklam Yayın Tarihi:** Tespit edilemedi

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketitarafından piyasaya arz edilen “Balparmak Apitera” markalı takviye edici gıda mahiyetindeki ürünlerin tanıtımı için kullanılan broşürde,

*“Ginseng (Panax Ginseng): … Ginseng geleneksel Çin ve Hint tıbbında yüzyıllardır kullanılmaktadır. Vücudun fiziksel işlevlerini destekleyen ve vücut direncini artıran bir bitkidir.”,*

*“Guarana: … İçerdiği kafein türevi bileşenlerinden dolayı uyarıcı etkisi bulunmaktadır. Antioksidan özelliğe sahiptir”,*

*“Ginkgo Biloba: … “Ginkgo tıbbi anlamda algılama işlevlerinin korunması için yararlı olarak kabul edilen antioksidan özellikte terpenoitler ve flavonoitler içermektedir.”,*

*“Zerdeçal (Hint Safranı): Sağlık üzerinde yararlı etkileri nedeniyle yüzyıllardır Hindistan ve Çin ve tıbbında kullanılmaktadır. İçeriğindeki fenolik maddelerin (kurkumin vb.) hücreler üzerindeki oksidatif hasarın ve iltihabın önlenmesinde vücudun bakteri ve virüslere karşı korunmasında yardımcı olduğu bilinmektedir. Çinko, selenyum, bakır, demir gibi mineraller içermektedir.”,*

*“Biberiye (Hatırlatan bitki): İçeriğinde uçucu yağlar ve fenolik maddeler bulunması nedeniyle hücreler üzerindeki oksidatif hasarın önlenmesinde, vücudun bakteri ve virüslere karşı korunmasında yardımcı olduğu bilinmektedir. Ayrıca sinir hücreleri üzerinde pozitif etki sağlamasından dolayı halk arasında “Hatırlatan Bitki” olarak da bilinmektedir.”,*

*“Yabanmersini: … Meyvelerinde organik asitler, antioksidan etkili fenolik maddeler ve çeşitli vitaminler içermektedir.”,*

*“Apitera Zen ile Soğuk-Sıcak Vız Gelir”,*

*“Apitera Up ile İşler-Güçler Vız Gelir”,*

*“Apitera Zen ile Sınavlar Vız Gelir”,*

şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 13.04.2021 tarihli ve 308 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

*“Ginseng (Panax Ginseng): … Ginseng geleneksel Çin ve Hint tıbbında yüzyıllardır kullanılmaktadır. Vücudun fiziksel işlevlerini destekleyen ve vücut direncini artıran bir bitkidir.”,*

*“Guarana: … İçerdiği kafein türevi bileşenlerinden dolayı uyarıcı etkisi bulunmaktadır. Antioksidan özelliğe sahiptir”,*

*“Ginkgo Biloba: … “Ginkgo tıbbi anlamda algılama işlevlerinin korunması için yararlı olarak kabul edilen antioksidan özellikte terpenoitler ve flavonoitler içermektedir.”,*

*“Zerdeçal (Hint Safranı): Sağlık üzerinde yararlı etkileri nedeniyle yüzyıllardır Hindistan ve Çin ve tıbbında kullanılmaktadır. İçeriğindeki fenolik maddelerin (kurkumin vb.) hücreler üzerindeki oksidatif hasarın ve iltihabın önlenmesinde vücudun bakteri ve virüslere karşı korunmasında yardımcı olduğu bilinmektedir. Çinko, selenyum, bakır, demir gibi mineraller içermektedir.”,*

*“Biberiye (Hatırlatan bitki): İçeriğinde uçucu yağlar ve fenolik maddeler bulunması nedeniyle hücreler üzerindeki oksidatif hasarın önlenmesinde, vücudun bakteri ve virüslere karşı korunmasında yardımcı olduğu bilinmektedir. Ayrıca sinir hücreleri üzerinde pozitif etki sağlamasından dolayı halk arasında “Hatırlatan Bitki” olarak da bilinmektedir.”,*

*“Yabanmersini: … Meyvelerinde organik asitler, antioksidan etkili fenolik maddeler ve çeşitli vitaminler içermektedir.”,*

*“Apitera Zen ile Soğuk-Sıcak Vız Gelir”,*

*“Apitera Up ile İşler-Güçler Vız Gelir”,*

*“Apitera Zen ile Sınavlar Vız Gelir”,*

şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Altıparmak Gıda Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2021/1194**

**Şikayet Edilen: Orzaks İlaç ve Kimya Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *https://www.instagram.com/p/CGC3kFGqr-t/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan Yeşil Brezilya Propolisiisimli ürüne ilişkinreklam

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.10.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *https://www.instagram.com/p/CGC3kFGqr-t/* URL uzantılı internet sitesinde yer alan Yeşil Brezilya Propolisiisimli ürüne ilişkin reklamda

*“COVID-19 tedavisinde alternatif takviye ve bileşenlerin etkinliği araştırılmaya devam edilmektedir.*

*COVID-19 virüsünün hücreye girip enfekte etmesinden sonra, PAK-1 enziminin aşırı salınımı gerçekleşmektedir.*

*PAK-1, korona virüsün neden olduğu akciğer iltihabına, fibroza ve bağışıklık sisteminin baskılanmasına sebep olan bir enzimdir.*

*Bu nedenle, COVID-19 hasarını kontrol etmek için olası hedefler arasında, ana "patojenik" kinaz olan PAK-1 oldukça önemlidir.*

*Propolis bileşenlerinin PAK-1 sinyal yolları üzerinde baskılayıcı etkilere sahip olduğu; buna ek olarak, antiviral aktivite gösterdikleri daha önce yapılmış̧ çok sayıda çalışma ile de kanıtlanmıştır.*

*Diğer propolis türlerinden farklı olarak Yeşil Brezilya Propolisi’nin ana bileşenlerinden biri olan Artepillin-C, COVID-19’un akciğere verdiği zararlar ile bağıntılı PAK-1 enzimini baskılamaktadır. (1)*

*(1) Referans: BERRETTA Andresa Aparecida, et al. Propolis and its potential against SARS-CoV-2 infection mechanisms and COVID-19 disease. Biomedicine & Pharmacotherapy, 2020, 110622.”*

şeklinde sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığıtespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu’nun 13.04.2021 tarihli ve 308 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

*“COVID-19 tedavisinde alternatif takviye ve bileşenlerin etkinliği araştırılmaya devam edilmektedir.*

*COVID-19 virüsünün hücreye girip enfekte etmesinden sonra, PAK-1 enziminin aşırı salınımı gerçekleşmektedir.*

*PAK-1, korona virüsün neden olduğu akciğer iltihabına, fibroza ve bağışıklık sisteminin baskılanmasına sebep olan bir enzimdir.*

*Bu nedenle, COVID-19 hasarını kontrol etmek için olası hedefler arasında, ana "patojenik" kinaz olan PAK-1 oldukça önemlidir.*

*Propolis bileşenlerinin PAK-1 sinyal yolları üzerinde baskılayıcı etkilere sahip olduğu; buna ek olarak, antiviral aktivite gösterdikleri daha önce yapılmış̧ çok sayıda çalışma ile de kanıtlanmıştır.*

*Diğer propolis türlerinden farklı olarak Yeşil Brezilya Propolisi’nin ana bileşenlerinden biri olan Artepillin-C, COVID-19’un akciğere verdiği zararlar ile bağıntılı PAK-1 enzimini baskılamaktadır. (1)*

*(1) Referans: BERRETTA Andresa Aparecida, et al. Propolis and its potential against SARS-CoV-2 infection mechanisms and COVID-19 disease. Biomedicine & Pharmacotherapy, 2020, 110622.”*

şeklinde mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanılarak tanıtım yapıldığı, söz konusu sağlık beyanlarının kullanımı için yetkili idari otoriteden izin alınmadığı ve bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 18/2, 18/3 ve 19/1 maddeleri,

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç ve 5/1-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2-a, 5/2-b, 9/1 ve 9/2 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin (Tebliğ No: 2013/49) 13/1 ve 13/2-c maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7 maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Orzaks İlaç ve Kimya Sanayi Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesi ile 77 nci maddesinin (12) numaralı fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2021/154**

|  |
| --- |
| **Şikayet Edilen: Lions Reklam Güv. Malz. Tic. Ltd. Şti.**  |
| **Şikayet Edilen Reklam:** http://www.orjinal-curcumin-500.store/ adresli internet sitesinde yer alan “Orijinal Zerdeçal Özü Curcumin 500” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar |
| **Reklamın Yayınlandığı Mecra**: İnternet |
| **Reklam Yayın Tarihi:** 2021**Tespitler:** http://www.orjinal-curcumin-500.store/ adresli internet sitesinde yer alan “Orijinal Zerdeçal Özü Curcumin 500” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kavruk zerdeçallı altın yoğurt kürü ile ayda 12-17 kilo yoğurt ile kullanımı sonrası garantili kilo verme programı. En hızlı yağ yakıcı ve bağırsak detoksu ile gün içerisinde bedeniniz sürekli çalışsın. Yağ yakımını engelleyen tüm zararlı parazitleri yok eder”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.[http://www.mayaestetik.com/hizmet…/epilasyon/lazer-epilasyon](http://www.mayaestetik.com/hizmetler/epilasyon/lazer-epilasyon)**Değerlendirme/Karar:** http://www.orjinal-curcumin-500.store/ adresli internet sitesinde yer alan “Orijinal Zerdeçal Özü Curcumin 500”isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kavruk zerdeçallı altın yoğurt kürü ile ayda 12-17 kilo yoğurt ile kullanımı sonrası garantili kilo verme programı. En hızlı yağ yakıcı ve bağırsak detoksu ile gün içerisinde bedeniniz sürekli çalışsın. Yağ yakımını engelleyen tüm zararlı parazitleri yok eder”* şeklinde endikasyonbelirten ifadeler kullanılarak gıda takviyesi niteliğinde olan söz konusu ürünlerin, tıpliteratüründe “hastalık” olarak tanımlanan ve doktor kontrolünde tedavi edilmesigereken sağlık problemlerini tedavi ettiği izlenimi uyandırdığı; Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c,- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5 inci maddeleri,- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,-Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesinin 7/1,7/2,7/3, 7/4 üncü maddeleri,- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/1, 5/2, 7/1, 7/2, 8/1, 8/2,8/3, 8/4, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3, 17/1, 17/3 maddeleri,- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 9 uncu, 26 ncı, 32 nci maddeleri,-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,hükümlerine aykırı olduğuna**,** Buna göre, reklam veren **Lions Reklam Güv. Malz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir. |

**110)**

**Dosya No: 2019/2848**

**Şikâyet Edilen: Ledapharma İlaç San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** http://www.ledapharma.com/wp-content/uploads/2017/12/plusspan-ing.pdf adresli internet sitesinde Plusspan Bitkisel Ekstreler İçeren Sıvı Takviye Edici Gıdaya ait tanıtımlarda yer alan İngilizce sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan internet sitesinde “Plusspan” adlı ürüne ilişkin gerçekleştirilen tanıtımlarda mevzuata aykırı şekilde İngilizce sağlık beyanlarına yer verildiği, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.ledapharma.com/tr adresli internet sitesinin 22.02.2021 tarihli görünümünde "Ledax C" isimli ürün ile ilgili olarak; "Increase your immunity during Covid-19 pandemic. It reduces depreession. It helps to lose weight. It protects bone health. It reduces respiratory infections. It is effective in preventing cancer." şeklinde, "Ledaxpro" isimli ürün ile ilgili olarak; "Effective in treatment of infertility. Increases sperm motility and count. There are positive effects on the production of testosterone. With strong antioxidant support, it promotes female reproductive health and pregnacy rate increase." şeklinde, www.ledapharma.com/wp-content/uploads/2017/12/plusspan-ing.pdf adresli internet sitesinin 01.04.2019 tarihli görünümünde "Plusspan Bitkisel Ekstreler İçeren Sıvı Takviye Edici Gıda" isimli ürün ile ilgili olarak; "Haching cough, sputum cough, allergic cough, seasonal cough, cough caused by smoking, cough due to upper respiratory tract infection" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, viral enfeksiyonlara ve tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu kapsamda, bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9, 13’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/b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ledapharma İlaç 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.

**111)**

**Dosya No: 2019/4673**

**Şikâyet Edilen: Proteinocean Gıda A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Şirkete ait www.proteinocean.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürün tanıtımlarında kullanılan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan şirkete ait internet sitesinde sporcu gıdaları niteliğindeki ürünlere yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği ve bu sebeple söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.proteinocean.com/ adresli internet sitesinin 17.02.2021 tarihli görünümünde "Termojenik Paket" isimli ürün ile ilgili olarak; "Yağ Yakımını Kolaylaştıran Ürünler Bir Arada. CLA+ Yağ oranını düşürmeye yardım eder. (...)L-Carnitine Yağ asitlerinin enerjiye dönüştürülmesini kolaylaştırır." şeklinde, "BCAA+" isimli ürün ile ilgili olarak; "Kas Kaybını Önler ve Kas Proteini Sentezini Artırır. Her servisinde 7g BCAA ve Glutamine ek olarak elektrolit içerir - Bu sayede krampları önler, performansı arttırır. (…)Antrenman esnasında kas dokusu yıkıma uğrar. Zor elde edilen kas dokusunu kaybetmemek için bunu dengelemek gerekir. BCAA aminoasitleri kas proteini sentezini tetikler ve bu sayede kas yıkımını durdurmaya yardımcıdır. BCAA+ kolay karışan, BCAA aminoasitlerini 2:1:1 oranında içeren üründür. Bu aminoasitler vücutta üretilemeyen ve sadece beslenme ile alınan temel amino asitlerdir. Kas dokusu kaybını önlemeye yardımcıdır, kas proteini sentezini tetikler. Fiziksel ve mental yorgunluğu düşürür, reaksiyon süresini azaltabilir - Özellikle sporcular için çok faydalıdır. Yağ yakımını arttırabilir." şeklinde, "Kilo Alma Paketi" isimli ürün setinin; "Kolay bir şekilde protein ve kalori tüketimini arttırarak kilo almaya yardım eder. Mass Gainer X 2 Adet Kilo Almaya Yardımcı Formül. Creatine performans ve kuvvet arttırır." şeklinde, "EAA+" isimli ürün ile ilgili olarak; "EAA'lar vücutta üretilemeyen ve gıdalardan alınması zorunlu 9 temel amino asitlerin tümünü içerir. Bu aminoasitlerin her birinin eksikliğinde vücutta değişik fonksiyonlarda yavaşlama görülür. Antrenman esnasında kas dokusu yıkıma uğrar. Zor elde edilen kas dokusunu kaybetmemek için bunu dengelemek gerekir. EAA aminoasitleri kas proteini sentezini tetikler ve bu sayede kas yıkımını durdurmaya yardımcıdır. Kas dokusu kaybını önlemeye yardımcıdır, kas proteini sentezini tetikler. Uyku kalitesini ve atletik performansı arttırabilir. Yorgunluğu azaltıp, vücudun toparlanmasını hızlandırabilir. (…)EAA Ne İşe Yarar ve Faydaları Neler? Kas yıkımını engelleyici özelliği vardır. Kas protein sentezini tetiklediği bilinmektedir. Elektrolit dengesini sağlama avantajı bulunmaktadır. Vücudun ve kasların toparlanmasını hızlandırmaktadır. Vücudun üretemediği bütün aminoasitleri bünyesinde bulundurmaktadır. Uyku kalitesinin artmasını sağlamaktadır. Yorgunluk hissini azaltır. Atletik performansın daha iyi olmasını sağlamaktadır. Özellikle egzersiz sonrası kasların derlenmesini artırıcı etkisi de bulunmaktadır. Yaklaşık üç ay boyunca antrenmanlardan önce kullanıldığında, performansta belirgin bir artış gözlenmektedir. Depresif duygu durumunun ortadan kaybolmasını sağlamaktadır. Ortalama bir aya yakın bir süre düzenli olarak kullanıldığında belirgin bir enerji ve mutluluk artışı yaşanmaktadır." şeklinde, "Arginine" isimli ürün ile ilgili olarak; "Damarları Rahatlatır, Kan Dolaşımını Destekler. Kan dolaşımını arttırması sayesinde kas dokusuna daha fazla oksijen ve besleyici gıdanın ulaşmasını sağlar. Kas proteini sentezini destekler. Kuvvet gerektiren sporlar için ideal. Büyüme hormonu salımına yardımcı olabilir." şeklinde, “Taurine” isimli ürünün; “Antioksidan özelliği sayesinde odaklanmayı kolaylaştırabilir ve dayanıklılığı arttırmaya faydası olabilir. Taurin fonksiyonel yapısı itibariyle özellikle enerji içeceklerinde bolca bulunan popüler bir içerik maddesidir. İnsülinin vücuttaki etkisini arttırarak glukoz toleransını olumlu yönde etkiler. Vücutta doğal olarak bolca bulunan bir amino asit. Potasyum, Kalsiyum ve Magnezyum gibi önemli minerallerin vücutta düzgün bir şekilde çalışması için gereklidir.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve metabolizmasına etki eden tıbbi ürünler gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürünler söz konusu tanıtımda belirtilen iddiaları ispatlar nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, hâl böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu; bu kapsamda bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve kullanılan bu beyanların söz konusu ürünlere sporcu gıdaları mevzuatında yer alan tanımların ötesinde özellikler atfettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/b maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**112)**

**Dosya No: 2020/5807**

**Şikâyet Edilen: Abay Ecza Deposu San. Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** http://ahcc.abaypharma.com.tr/ adresli internet sitesinde AHCC adlı ürüne yönelik gerçekleştirilen tanıtımlarda yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.05.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, inceleme konusu tanıtımlarda mevzuata aykırı sağlık beyanları kullanıldığı, söz konusu ürünün ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı ve bu sebeple söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu ifade edilmektedir.

**Tespitler:** http://ahcc.abaypharma.com.tr/ adresli internet sitesinin 13.05.2020 tarihli görünümünde "AHCC" isimli ürün ile ilgili olarak; "AHCC, bağışıklık sistemini güçlendirmeye destek olarak geliştirilmiştir. Klinik çalışmada 6 ay boyunca kullanılan AHCC desteğinin serviks kanseri ile ilişkili HPV enfeksiyonlarının ortadan kaldırılmasında etkili olduğu kanıtlanmıştır. Klinik çalışmada 6 ay boyunca kullanılan AHCC desteğinin serviks kanseri ile ilişkili HPV enfeksiyonlarının ortadan kaldırılmasında etkili olduğu kanıtlanmıştır. 2020 yılında yayımlanan makalede; AHCC'nin etkinliği henüz COVID-19 hastalığı ile ilgili olarak özel olarak araştırılmamış olmasına rağmen, çok çeşitli viral enfeksiyonlara karşı koruyucu bir yanıt uyarma etkisinden dolayı COVID-19 dahil olmak üzere insanlarda patojenik koronavirüslerin neden olduğu hastalıkların önlenmesinde kullanılmasını destekleyebilir denilmiştir." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünün, viral enfeksiyonlara ve tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu kapsamda bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**113)**

**Dosya No: 2020/5809**

**Şikâyet Edilen: Serdar TOY**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.trendyol.com/ adresli e-ticaret sitesinde "Saray Çerez" isimli mağaza tarafından satışa sunulan "Erkexin Cialis" isimli ürünlere yönelik tanıtımlarda yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan e-ticaret mağazasında satışa sunulan ürünün ismi itibariyle ilaç algısı oluşturduğu ve bununla beraber taklit ürün olduğu, ürüne ilişkin tanıtım ifadelerinde mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.trendyol.com/ adresli e-ticaret sitesinde yer alan "Saray Çerez" isimli mağazanın 15.05.2020 tarihli görünümünde "Erkexin Cialis 100 Mg 30 Tablet Orjinal Ürün" başlığıyla ürün satışının yapıldığı, tanıtıma konu edilen ürünün etken maddesinin “sildenafil” olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, ürünün bileşiminde “sildenafil” bulunduğu, takviye edici gıdalarda kullanımının Tarım ve Orman Bakanlığınca uygun görülmediği; diğer taraftan ilaç ruhsatlı ve patentli bir tıbbi ürün olan "Cialis" markasına ürünün isminde yer verilerek satılmasının tüketiciler nezdinde ürüne yönelik ilaç algısı oluşturduğu ve aldatıcı nitelik teşkil ettiği, bu doğrultuda itibardan haksız yararlanıldığının tespit edildiği, bununla beraber, Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmelik’in Sorumluluklar başlıklı 10'uncu maddesinde yer alan; “(3)Takviye edici gıdalar onay alınmadan üretilemez, işlenemez, ithalatı yapılamaz ve piyasaya arz edilemez.” hükmüne istinaden Onaylı takviye edici gıdalar listesi’nde yapılan aramada söz konusu ürün için herhangi bir onay kaydına rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmeliğin 10’uncu maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 11/1-b, 12/2, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**114)**

**Dosya No: 2020/5814**

**Şikâyet Edilen: Aysun DURUR**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.facebook.com/profile.php?id=100015299380381 adresli ve "Aysun DURUR" isimli sosyal medya hesabında gerçekleştirilen tanıtımlarda yer alan yanıltıcı ve mevzuata aykırı sağlık beyanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan sosyal medya hesabında gerçekleştirilen tanıtımlarda yer alan iddiaların gerçeği yansıtmadığı, mevzuata aykırı sağlık beyanları ve endikasyon belirten ifadeler içerdiği belirtilmektedir.

**Tespitler:** https://www.facebook.com/profile.php?id=100015299380381 adresli sosyal medya hesabının 18.02.2021 tarihli görünümünde yer alan muhtelif ürünlerin; “Dark Woman Lotion; genital bölgede görülen ve insan papilloma virusa (HPV) bağlı olarak ortaya çıkan kadın-erkek genital sistemini infekte eden siğillerin(kondilom), kuluçka dönemindeki görünmeyen hücreler içine yerleşmiş HPV enfeksiyonunu yok etmek, tekrarlamasına sebep olan cildin zayıf kısımlarını güçlendirip kalıcı olarak vücuttan atılmasını sağlamak için geliştirilmiş bitkisel yağlardan elde edilmiş genital siğil kremidir. Peki nasıl etki eder? HPV vücuda bir kez girdiğinde ömür boyu burada kalır denilirken, günümüzde yapılan DNA incelemeleri HPV virüse ait genetik materyalin 6/24 ay içinde vücuttan tamamen atılabildiğini göstermektedir. Dark Woman Lotion karışımında bulunan bitkilerin etken maddeleri, HPV'nin yapısına enjekt olup, virüsün yok edilmesini sağlar. (…)Yenilenmiş Yüzü ile Sizlere Civan Perçemli Macunumuz ile Geldim Hanımlar. Civan Perçemli Bitkisel Macun Ne İşe Mi Yarar. İdrar Söktürür. İltihap Söktürür. Adet Sancılarını Giderir. Miyom ve Kisti Kaybeder. Yumurtalık İltihabını Rahim Yarasını Tedavi eder. Adet Söktürücü Özelliği Vardır. Doğurganlığı Arttırır. İdrar yollarını temizler enfeksiyon varsa söker atar adet düzenler. Polikistik overi olanlar için tedavi edici niteliğindedir. Yumurtalıkları temizlediği için hamile kalmayı kolaylaştırır. Regl sancını giderir yumurtalıkları temizler. (…)Miracle Start Portakal & Biberiyeli Jel. Ürünümüz 300 ml portakal ve biberiye özlüdür. Sıkılaşmaya, selülit gidermeye, çatlak görünümünde % 60/70 oranında geçirmeye yardımcıdır. Yağları parçalayarak yakmaya yardımcıdır. Uyguladığınız bölgeyi ısıtarak yanma hissi verebilir. Bu sayede incelmenize yardımcıdır. El, kol, bacak, karın, basen, yüz, göğüs bölgenizi sıkılaştırmaya yardımcıdır. Cilt beyazlatmaya yardımcıdır. Sivilce geçirmeye yardımcıdır. Tüm vücutta leke gidermeye yardımcıdır. (…)Genital Genişlik! Hamilelik, normal doğum ile gelen veya zamanla genital bölge girişinin kas hücre yapısında oluşan gevşeme sonucunda genital bölge genişlik şikayetleriniz ortaya çıkar. Ürünümüzün içerisinde bulunan lavanta, çay ağacı ve çeşitli vitaminler sayesinde genital bölgedeki gevşeyen kas hücre yapısını uyarıp gevşeyen kasları ve pelvik kas tabanınızda toparlama yaparak genişliği gidermeye yardımcı olur. (…)Göğüs büyütücü kremde 1. alana 2. kremde indirim var. Hafta sonu kampanyası yaptık. Stoklarla sınırlı bu fırsatı kaçırmayın derim. Akşam üstü Şükran hanımdan gelen memnuniyetim ve 1 kavanozda tam 6.5 kg veren Şükran hanım şimdi kaynı elti görümce hepsini zayıflatacak. 4 kutu birden aldı onu gören şimdi Miracle Form Tea alıyor peki ya siz hala düşünüyor musunuz.” şeklinde ifadelerle tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda söz konusu ürünlerin, viral enfeksiyonlara ve tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan sağlık problemlerine karşı olumlu etkilerinin olduğu veya bu hastalıkların anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olduğu izleniminin oluşturulduğu, böylece endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç iddialara yer verilerek söz konusu ürünlerin bir ilaç veya beşeri tıbbi ürün gibi tanıtıldığı, bu kapsamda bir bütün olarak değerlendirildiğinde tanıtımlarda yer alan ifadelerin "sağlık beyanı" niteliğinde olduğu ve yürürlükteki mevzuat hükümlerine göre herhangi bir ürüne ilişkin olarak sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerekirken, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun ispat edilmiş sayılamayacağı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 15/b maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**115)**

**Dosya No: 2021/637**

**Şikâyet Edilen: Burak ÖZGÖK**

**Şikâyet Edilen Reklam:** https://www.gittigidiyor.com/spor-outdoor/s-23-sarm-umbrella-labs-testosteron-seviyeni-yukselt-yag-kutlesinde-dusus-30ml-1-0ml-20mg-dir\_pdp\_620805935 https://www.gittigidiyor.com/spor-outdoor/s-23-sarm-umbrella-labs-testosteron-seviyeni-yukselt-yag-kutlesinde-dusus-30ml-1-0ml-20mg-dir\_pdp\_537371313 uzantılı URL adreslerinde satılan gıda takviyelerinin reklamlarında yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, anılan e-ticaret mağazasında gerçekleştirilen tanıtımlarda, endikasyon belirten ifadelere ve mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** https://www.gittigidiyor.com/spor-outdoor/s-23-sarm-umbrella-labs-testosteron-seviyeni-yukselt-yag-kutlesinde-dusus-30ml-1-0ml-20mg-dir\_pdp\_620805935 uzantılı URL adresinin 11.12.2020 tarihli görünümünde "S-23 Sarm Umbrella Labs Pure Research" isimli ürünün; "Testosteron seviyeni yükselt+yağ kütlesinde düşüş Yağ kaybı, kas kaybı, erkek doğum kontrolü, artırılmış kemik gücü, kadın cinsel motivasyonu, daha sert kas estetiği, kemik yapıcı kas gücünü artırmanın, menopoz sonrası kadınlara veya düşen östrojen seviyelerinin bir sonucu olarak kemik hastalığı geliştirmiş osteoporozlu kadınlara, şişkinlik su tutma sorunu." şeklinde,

https://www.gittigidiyor.com/spor-outdoor/megabol-test-250-30-capsul-dogal-anabolik-urun-ostrojen-seviyeni-azalt-ucretsiz-kargo\_pdp\_644423842 uzantılı URL adresinin 11.12.2020 tarihli görünümünde "Megabol Testosterol 250" isimli ürünün; "Östrojen seviyeni azalt. Testosterol 250 kas kütlesini artırmak için bilinen bir uyarıcıdır. Testosterol 250, kas dokusunun iyileşmesini ve kilo alımını hızlandıran doğal ve güçlü bir anaboliktir. Bu üründe bulunan steroller östrojen ve testosteron sentezini üretir ve dengeli bir hormonal denge sağlayan östrojen ve androjenlerin kantitatif oranını korur. (...)Karaciğerde glikojen sentezini teşvik eder; bitkilerde ki steroller ağrı ve iltihabı önlediğinden bağ ve epitel dokusunu iyileştirir ve yenile; kullanıcının hem zihinsel hem de fiziksel durumunu iyileştirir." şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı beyanlara yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine etki ederek insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağlayan yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olan “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, diğer taraftan şayet anılan ürünler söz konusu tanıtımda belirtilen iddiaları ispatlar nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, hâl böyle iken “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklam ve tanıtımının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, bununla beraber, Takviye Edici Gıdaların İthalatı, Üretimi, İşlenmesi ve Piyasaya Arzına İlişkin Yönetmelik’in Sorumluluklar başlıklı 10'uncu maddesinde yer alan; “(3)Takviye edici gıdalar onay alınmadan üretilemez, işlenemez, ithalatı yapılamaz ve piyasaya arz edilemez.” hükmüne istinaden Onaylı takviye edici gıdalar listesi’nde yapılan aramada söz konusu ürün için bir onay kaydına rastlanmadığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 8, 9 ve 13’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/b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**116)**

**Dosya No: 2021/988**

**Şikâyet Edilen: Kampotu İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Şirkete aitVoonka markalı gıda takviyesi ürünlerinin televizyon kanalları ve radyolarda yer alan reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, radyo

**Şikâyetçi İddiaları:** Adı geçen markanın televizyon ve radyo reklamlarında “Türkiye’nin vitamin ve minerali Voonka… Her 10 eczacıdan 9’unun tercihi” şeklinde yer alan ifadelerin muğlak ve ispata muhtaç olduğu, takviye edici gıda olan şikayet konusu ürünlerin karşılaştırmalı reklamının yapıldığı, televizyonda yer alan reklamların kamuoyunca yakından bilinen bir tıp doktorunun vitamin ve minerallerin insan fizyolojisine faydalarından bahsettiği esnada gerçekleştirilmesinin tüketicilerin bilinçaltına yönelik bir pazarlama faaliyeti niteliği teşkil ettiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** "NTV" logolu ulusal televizyon kanalında yayınlanan “Prof. Dr. Osman Müftüoğlu ile Hayatın Senin Elinde” adlı programın 29.01.2021 tarihinde yayınlanan bölümünde program esnasında ekranın alt kısmında görülen bantta; "Türkiye'nin Vitamin ve Minerali Voonka, Her 10 Eczacıdan 9'unun Önerisi!" şeklinde ifadeleri içeren karşılaştırmalı reklamlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, reklamlarda bahsi geçen söz konusu gıda takviyesi markasının eczacıların ekseriyetle önerdiği ürün olduğuna ilişkin inceleme konusu reklamda herhangi bir açıklayıcı dipnota yahut herhangi bir mecrada ispatlayıcı bilgiye rastlanmadığı; bununla beraber, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin 8'inci maddesinin üçüncü fıkrasında; "Takviye edici gıdaların karşılaştırmalı reklamı yapılamaz." hükmünün yer aldığı, "Türkiye'nin vitamin ve minerali Voonka" ifadesinin ürünün kamuoyu nezdinde diğer benzer takviye edici gıdalardan daha muteber ve müspet olduğu yönünde bir algı meydana getirdiği, diğer taraftan "Her 10 eczacıdan 9'unun önerisi" ifadesinin ürünlerin niteliğine ilişkin somut bir dayanaktan yoksun olarak genel anlamda kullanılmasının; markanın ürünlerinin faydasına yahut özelliğine yönelik tüketicilerde anlam karışıklığına yol açabileceği ve tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edebileceği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu ticari uygulamanın;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/4, 7/5, 8/1, 8/3, 9/2’nci 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,ticari uygulamada bulunan **Kampotu İlaç Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63'üncü ve 77/12'nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**117)**

**Dosya No: 2021/1218**

**Şikâyet Edilen: Sanofi Sağlık Ürünleri Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait ”Enterogermina” markalı gıda takviyesi ürününe ilişkin gerçekleştirilen televizyon ve sosyal medya reklamlarında yer alan mevzuata aykırı sağlık beyanları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, inceleme konusu ürüne ilişkin gerçekleştirilen reklamlarda, mevzuata aykırı sağlık beyanlarına yer verildiği iddia edilmektedir.

**Tespitler:** "ATV" logolu ulusal televizyon kanalında 05.11.2020 tarihinde saat 06:33'te yayınlanan reklam filminde ve https://www.youtube.com/watch?v=JGsZscmOYmo uzantılı URL adresinde "Enterogermina TR" tarafından yayınlanan reklam videosunun 18.02.2021 tarihli görünümünde "Enterogermina" adlı ürün ile ilgili olarak; "Sindirim sisteminde zararlı bakteriler arttığında istenmeyen durumlar başlayabilir. Enterogermina düzenli kullanıldığında bağırsaktaki doğal iyi bakteri dengesini sağlamaya, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur. Sindirim sisteminde denge Enterogermina ile sizinle. Dünyanın 1 numaralı probiyotiği." şeklinde ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, bahse konu tanıtımlarda endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanıldığı, halihazırda geçerli olan mevzuat hükümlerine göre, çeşitli vitaminler, mineraller ve probiyotikler gibi insanın bağışıklık sistemine etkisi-katkısı olabilecek ürünlerin tanıtımlarında kullanılabilecek sağlık beyanları, “Bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna katkıda bulunur.” veya “Bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olur.” şeklinde sınırlandırılmış olmasına rağmen; anılan reklam filmlerinde yer alan “Bağırsaktaki doğal iyi bakteri dengesini sağlamaya yardımcı olur.”, "Bağışıklık sistemine destek" ve "Enterogermina bağışıklığı destekler" şeklindeki beyanların mevzuatta izin verilen sınırların dışına çıkan ve söz konusu ürünün bağışıklık sistemini güçlendirerek hastalıklara karşı koruduğu yönünde bir mesaj taşıyan sağlık beyanı olduğu, bu minvalde bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden (Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu) izin alınması gerektiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5/2, 8/1, 9/1, 9/2, 13/1, 13/3’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/b, 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 26/1’inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**118)**

**Dosya No: 2019/12926**

**Şikayet Edilen:** **A. Okan ÇAĞLAR**

**Şikayet Edilen Reklam**: https://www.facebook.com/saglikliyasiyoruzcom/, https://www.instagram.com/saglikliyasiyoruzcom/, https://www.instagram.com/a.okancaglar/, http://woto.com/gida-takviyeleri internet sayfalarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019, 2020, 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** https://www.facebook.com/saglikliyasiyoruzcom/, https://www.instagram.com/saglikliyasiyoruzcom/, https://www.instagram.com/a.okancaglar/, http://woto.com/gida-takviyeleri internet sayfaları incelenmiş, konu ile ilgili olarak Sağlık Bakanlığı’nın ve Tarım Bakanlığı’nın görüşleri alınmış, herhangi bir aykırılık tespit edilmediği bildirilmiştir. Bunun yanında söz konusu internet adreslerinde Venatura markalı ürünlerin isimlerine ve özelliklerine yer verilerek örtülü reklamının yapıldığı tarafımızca tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://www.facebook.com/saglikliyasiyoruzcom/, https://www.instagram.com/saglikliyasiyoruzcom/, https://www.instagram.com/a.okancaglar/, http://woto.com/gida-takviyeleri internet sayfalarındaVenatura markalı gıda takviyelerine(D3, D3K2, B12, Omega-3, Q-10, Metilfolat, Kurkumin, Çinko Çocuk, B12 Çocuk, ,Magnezyum, ALA, Demir, Çinko, Selenyum, EsterQ, Krom vb.) ilişkin 2019 yılından günümüze dek tüketicileri yönlendiren ifadelere ve ürün görsellerine yer verildiği; bu nedenle, inceleme konusu internet adreslerinde, tüketicilerin aydınlanma, bilgilendirilme ihtiyacını karşılama ve haber verme amacının dışına çıkılarak "Venatura" markalı gıda takviyelerinin örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 6/1, 6/3, 6/4, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 23/1-a-b-c maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61/1, 61/2, 61/3, 61/4, 61/7 inci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra sahibi **A. Okan ÇAĞLAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2020/5808**

**Şikayet Edilen: ITF İlaç Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://inofolic.com.tr/ ve http://www.itfilac.com/d/InofolicProspektus.pdf adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: http://inofolic.com.tr/ adresli internet sitesinde Inofolic Combive Inofolicisimliiki ürünün tanıtımlarında "Over *pkos, İkincil Ulak, İnfertilite, Hirsutizm, Destek Sebore, Depresyon, Obezite, İnozitol Gebelik, İnsülin Direncine Çözüm"*ve *http://www.itfilac.com/d/InofolicProspektus.pdf* adresli internet sitesinde ise; *"Inofolic: Myo-inozitol +Folik Asit, Myo-inozitol; Bilimsel araştırmalar Myo-inozitol desteğinin yumurtalık işlevlerini geliştirdiğini saptamıştır. Myo-inozitolün diğer biyolojik rolleri arasında yağ ve şeker metabolizmasını ve merkezi sinir sistemindeki hücresel işlevleri düzenlemek ile saç uzamasını sağlamak da sayılmalıdır. Diyabet hastalarında myo-inozitolün sağlıklı bireylere kıyasla vücuttan daha fazla atıldığı bilimsel olarak kanıtlanmıştır.(...)vb.* ve *Folik Asit aminoasit, protein ve nükleik asit sentezi ile kromozom onarımında çok önemli rolü olan hücre çoğalmasında ve doku gelişiminde hayati öneme sahip bir bileşiktir. Folik asit homosistein adlı maddenin vücudumuzda aşırı miktarlara ulaşmasına ve böylece zararlı etkiler göstermesine engel olurken , nöral tüp defekti adı verilen bir grup doğum kusurunun önlenmesinde de etkin rol oynar. Inofolic; Polikistik Over Sendromu(PKOS), Yüksek insülin direnci, Diyabet başlangıcı veya Tip II diyabet, Kontrollü over hipersitümilasyonu durumlarında azaltılmış myo-inozitole bağlı gereksinimleri karşılamaya yardımcı olur."* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda http://inofolic.com.tr/ adresli internet sitesinde Inofolic Combive Inofolicisimliiki ürünün tanıtımlarında "Over *pkos, İkincil Ulak, İnfertilite, Hirsutizm, Destek Sebore, Depresyon, Obezite, İnozitol Gebelik, İnsülin Direncine Çözüm"*ve *http://www.itfilac.com/d/InofolicProspektus.pdf* adresli internet sitesinde ise; *"Inofolic: Myo-inozitol +Folik Asit, Myo-inozitol; Bilimsel araştırmalar Myo-inozitol desteğinin yumurtalık işlevlerini geliştirdiğini saptamıştır. Myo-inozitolün diğer biyolojik rolleri arasında yağ ve şeker metabolizmasını ve merkezi sinir sistemindeki hücresel işlevleri düzenlemek ile saç uzamasını sağlamak da sayılmalıdır. Diyabet hastalarında myo-inozitolün sağlıklı bireylere kıyasla vücuttan daha fazla atıldığı bilimsel olarak kanıtlanmıştır.(...)vb.* ve *Folik Asit aminoasit, protein ve nükleik asit sentezi ile kromozom onarımında çok önemli rolü olan hücre çoğalmasında ve doku gelişiminde hayati öneme sahip bir bileşiktir. Folik asit homosistein adlı maddenin vücudumuzda aşırı miktarlara ulaşmasına ve böylece zararlı etkiler göstermesine engel olurken , nöral tüp defekti adı verilen bir grup doğum kusurunun önlenmesinde de etkin rol oynar. Inofolic; Polikistik Over Sendromu(PKOS), Yüksek insülin direnci, Diyabet başlangıcı veya Tip II diyabet, Kontrollü over hipersitümilasyonu durumlarında azaltılmış myo-inozitole bağlı gereksinimleri karşılamaya yardımcı olur."* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu baharatların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4-c, 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 8/1, 8/2, 8/3, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **ITF İlaç Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**120)**

**Dosya No: 2020/5813**

**Şikayet Edilen: JP Gıda Rek. Tur. Org. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://www.instagram.com/juice\_planet/ isimli instagram hesabında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://www.instagram.com/juice\_planet/ isimli instagram hesabında Juice Planet isimli ürünlere ilişkin*; "Sindirim sisteminizin sağlıklı çalışmasını sağlarken, tokluk hissi yaratarak, ödem atımına önemli bir oranda yardımcı oluyor ve vücudunuzun ağır yiyecekleri sindirmeye harcadığı enerjiyi toksinlerin atılımı, hücrelerin kendini tamir etmesi ve gençleştirmesine yönlendiriyor. Metabolizmanızı hızlandıracak, bağışıklık sisteminin destekçisi, kilonuzu kontrol etmenize yardımcı olur. Bağışıklık sisteminin güçlenmesi için, vücut direncini destekler, tokluk hissi verir ve yağ yakımını destekler. Vücut direncimizi desteklemek için, direnç sisteminizi destekler, kan şekerini dengelerken gün boyu iştah kontrolü sağlar. Muz ve armudun içerdiği lifler ise sindirim sistemine oldukça yararlıdır, vücudun ihtiyacı olmayan ve deformasyona neden olan bu toksinler ve yabancı maddeler vücuttan atılıp, onun yerine hücre yenilenmesinde, zayıflayan vücut direnç sistemimizi güçlendirmek için, vücut direncinizi güçlendirin, Vücudumuzun güçlü bir direnç sistemine en çok ihtiyaç duyduğu şu günlerde, bağışıklığını en doğal yolla güçlendirmek için, şişkinlik hissini yaşamadan, Vücut direncimizi yaz aylarında da güçlü tutmaya özen göstermeliyiz. sindirimi hafifleterek, Vücudumuzun ağır yiyecekleri sindirmeye harcadığı enerjiyi, toksinlerin atılımı, hücrelerin kendini tamir etmesi, vücudunuzdan toksinlerin ve yabancı maddelerin atılmasına yardımcı olur. Hem de vereceği tokluk hissiyle, vücudumuzdaki zehirli ağır metalleri temizlemesinden, yağ yakımını desteklemesine, güçlü bir bağışıklık sistemine sahip olmak, virüslere karşı daha dirençli olmak demek, bağışıklık sistemimizi çok daha güçlü tutmalıyız. #bağışıklık, Bağışıklık sistemini güçlendiririm. Soğuk algınlığına ve kronik yorgunluğa iyi gelirim. Kan şekerini düşürür. Beyin gelişimine destek sağlar. Sindirim sorununa iyi gelir. Vücuttaki ödemin atılmasına yardımcı olur. Vücudun direncini artırır. Kalp ve damar sağlığını korur. Sinir sistemini rahatlatır. Sinir sistemine iyi gelir. Ödem attırır. Enerji verir. Bağışıklık sisteminin her zamandan çok daha güçlü olması gereken bir dönemdeyiz. #bağışıklıkgüçlendirici, #corona, #coronavirüsü, #zayıflama, #fazlakilo, demir eksikliğine iyi gelirken aynı zamanda şeker hastalığı riskini düşürür. Ödem atmanı sağlayan, hücrelerini korur, yeniler ve yaşlanmanı geciktirir, ayrıca kansızlık problemi yaşamana engel olur. Sindirim sisteminin düzelmesi, kilo kaybında yardımcı ve kan şekerinin düzelmesinde etkilidir, tokluk, vücutta oluşan zararlı maddelerin atımını sağlamak ve vücut sıvı dengeni koruyabilmek için sıvı tüketimine özen göster. Tokluk hissi veren."* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda https://www.instagram.com/juice\_planet/ isimli instagram hesabında Juice Planet isimli ürünlere ilişkin*; "Sindirim sisteminizin sağlıklı çalışmasını sağlarken, tokluk hissi yaratarak, ödem atımına önemli bir oranda yardımcı oluyor ve vücudunuzun ağır yiyecekleri sindirmeye harcadığı enerjiyi toksinlerin atılımı, hücrelerin kendini tamir etmesi ve gençleştirmesine yönlendiriyor. Metabolizmanızı hızlandıracak, bağışıklık sisteminin destekçisi, kilonuzu kontrol etmenize yardımcı olur. Bağışıklık sisteminin güçlenmesi için, vücut direncini destekler, tokluk hissi verir ve yağ yakımını destekler. Vücut direncimizi desteklemek için, direnç sisteminizi destekler, kan şekerini dengelerken gün boyu iştah kontrolü sağlar. Muz ve armudun içerdiği lifler ise sindirim sistemine oldukça yararlıdır, vücudun ihtiyacı olmayan ve deformasyona neden olan bu toksinler ve yabancı maddeler vücuttan atılıp, onun yerine hücre yenilenmesinde, zayıflayan vücut direnç sistemimizi güçlendirmek için, vücut direncinizi güçlendirin, Vücudumuzun güçlü bir direnç sistemine en çok ihtiyaç duyduğu şu günlerde, bağışıklığını en doğal yolla güçlendirmek için, şişkinlik hissini yaşamadan, Vücut direncimizi yaz aylarında da güçlü tutmaya özen göstermeliyiz. sindirimi hafifleterek, Vücudumuzun ağır yiyecekleri sindirmeye harcadığı enerjiyi, toksinlerin atılımı, hücrelerin kendini tamir etmesi, vücudunuzdan toksinlerin ve yabancı maddelerin atılmasına yardımcı olur. Hem de vereceği tokluk hissiyle, vücudumuzdaki zehirli ağır metalleri temizlemesinden, yağ yakımını desteklemesine, güçlü bir bağışıklık sistemine sahip olmak, virüslere karşı daha dirençli olmak demek, bağışıklık sistemimizi çok daha güçlü tutmalıyız. #bağışıklık, Bağışıklık sistemini güçlendiririm. Soğuk algınlığına ve kronik yorgunluğa iyi gelirim. Kan şekerini düşürür. Beyin gelişimine destek sağlar. Sindirim sorununa iyi gelir. Vücuttaki ödemin atılmasına yardımcı olur. Vücudun direncini artırır. Kalp ve damar sağlığını korur. Sinir sistemini rahatlatır. Sinir sistemine iyi gelir. Ödem attırır. Enerji verir. Bağışıklık sisteminin her zamandan çok daha güçlü olması gereken bir dönemdeyiz. #bağışıklıkgüçlendirici, #corona, #coronavirüsü, #zayıflama, #fazlakilo, demir eksikliğine iyi gelirken aynı zamanda şeker hastalığı riskini düşürür. Ödem atmanı sağlayan, hücrelerini korur, yeniler ve yaşlanmanı geciktirir, ayrıca kansızlık problemi yaşamana engel olur. Sindirim sisteminin düzelmesi, kilo kaybında yardımcı ve kan şekerinin düzelmesinde etkilidir, tokluk, vücutta oluşan zararlı maddelerin atımını sağlamak ve vücut sıvı dengeni koruyabilmek için sıvı tüketimine özen göster. Tokluk hissi veren."*  şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle söz konusu baharatların insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda ürünü” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4-c, 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 8/1, 8/2, 8/3, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **JP Gıda Rek. Tur. Org. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**121)**

**Dosya No: 2020/5817**

**Şikayet Edilen: Orzaks İlaç ve Kimya Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ocean Balık Yağı Şurup ambalajı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler**: Ocean Balık Yağ Şurup ambalajı üzerinde; *‘Yaz Kış Kullanıma Uygundur', "A ve D vitamini içermez.", "Saf balık yağı", "Kimyasal koruyucu içermez.", "Dünya üzerindeki en güvenilir ve kaliteli balık yağı üreticileri"* şeklinde mevzuat hükümlerine aykırı ifadelerin kullanıldığı Tarım ve Orman Bakanlığı’ndan alınan görüş yazısıyla da tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda Ocean Balık Yağ Şurup ambalajı üzerinde; *‘Yaz Kış Kullanıma Uygundur', "A ve D vitamini içermez.", "Saf balık yağı", "Kimyasal koruyucu içermez.", "Dünya üzerindeki en güvenilir ve kaliteli balık yağı üreticileri"* şeklinde mevzuat hükümlerine aykırı ifadelerin kullanıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4-c, 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliğinin 7 nci maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliğinin 5/1, 5/2, 8/1, 8/2, 8/3, 9/1, 9/2, 13/1, 13/2, 13/3 maddeleri,

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TEKNOLOJİ**

**122)**

**Dosya No: 2020/2225**

**Şikayet Edilen: Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinde yapılan "*1000TL ve üstü siparişlerde bugün teslimat ücretsiz"* şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.03.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**  Firmaya ait [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinde 26.03.2020 tarihinde *"1000TL ve üstü siparişlerde bugün teslimat ücretsiz. Bugün teslimat koşuluna uygun ürünlerde İstanbul, Ankara ve İzmir'de 12:00'a kadar verilen siparişlerde geçerlidir. Öğlen 12:00'den itibaren ise yarın teslimat seçeneğinden yararlanabilir."* şeklinde tanıtımlara yer verildiği, tanıtımlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından 26.03.2020 tarihi saat 11:00’de SPR7088093 sipariş numarasıyla 2.690TL tutarında dizüstü bilgisayar satın alındığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, [www.vatanbilgisayar.com](http://www.vatanbilgisayar.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlara istinaden İstanbul ili içerisinde aynı gün teslim edileceği vaadiyle başvuru sahibi tüketici tarafından saat 11:00’de SPR7088093 sipariş numarasıyla 2.690TL tutarında dizüstü bilgisayar satın alındığı, ancak tüketici öğleden önce satın alarak bugün teslimat koşuluna uyduğu halde firma tarafından vaat edildiği gibi ürünün aynı gün teslim edilmediği, kargolama ve teslimat sürecinde yaşanan gecikmeye ilişkin tanıtımlarda bir bilgiye yer verilmediği, böylece söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9,18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**123)**

**Dosya No: 2020/3105**

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

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yapılan "İndirim günleri 14-15-16 Eylül" başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan "Samsung Galaxy M31 2020 128GB" model cep telefonunun "İndirim günleri 14-15-16 Eylül" başlıklı kampanya kapsamında 14.09.2020 tarihinde %20 indirimli haliyle ~~3.499TL~~ 2.799TL’den indirimli olarak satışa sunulurken ürünün indirim günleri öncesi 2849TL'den satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde firma tarafından satışa sunulan "Samsung Galaxy M31 2020 128GB" model cep telefonunun "İndirim günleri 14-15-16 Eylül" başlıklı kampanya kapsamında 14.09.2020 tarihinde %20 indirimli haliyle ~~3.499TL~~ 2.799TL'den indirimli olarak satışa sunulduğu, ancak ürünün indirim günleri öncesi 2849TL'den satışa sunulduğu ve 50TL'lik bir indirim uygulandığı dolayısıyla firma tarafından ürünün indirim öncesi 3499TL'den satışa sunulduğunun ispatlanamadığı, böylece gerçekte olduğundan daha fazla indirim yapıldığı algısı yaratıldığı, tüketicileri ürünü satın almaya teşvik etmek suretiyle haksız kazanç elde edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a,7/5-ç, 9,13, 14,18,28 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 nci 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 **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**124)**

**Dosya No: 2020/3162**

**Şikayet Edilen: Ford Otosan Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: [www.ford.com.tr](http://www.ford.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan "Ford Ecosport" model araca ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.ford.com.tr> adresli internet sitesinde yayınlanan "Ford Ecosport Teknik ve Donanım Özellikleri" incelendiğinde karartılmış arka camlar, sürücü koltuğu kol dayama saklama alanı, sürücü ve ön yolcu koltuğu saklama alanı, sürücü koltuğunda ayarlanabilir bel desteği, elektronik iklim kontrollü (EATC) klima özelliklerinin Ford Ecosport marka Style paket araçta standart olarak bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, başvuru sahibi tüketici tarafından firmanın Iğdır bayisi olan Sürkit Otomotiv Sanayi Ticaret A.Ş.'den 24.07.2020 tarihinde Ford Ecosport 2020 model Style paket araç için satış sözleşmesi imzalandığı, 11.08.2020 tarihinde tüketicinin araçta eksik olan arka park sensörleri ve tavan çıtalarının giderilmesi kaydıyla aracı teslim almayı kabul edildiği, daha sonra https://www.ford.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan "Ford Ecosport Teknik ve Donanım Özellikleri"ni incelediğinde karartılmış arka camlar, sürücü koltuğu kol dayama saklama alanı, sürücü ve ön yolcu koltuğu saklama alanı, sürücü koltuğunda ayarlanabilir bel desteği, elektronik iklim kontrollü (EATC) klima özelliklerinin anılan modelde standart olarak bulunduğu ancak kendisine teslim edilen araçta bu teknik özelliklerin bulunmadığının tespit edildiği, böylece firma tarafından bu eksikliklerin giderilmesinin talep edildiği ancak bahsi geçen özelliklerin 2020 model araçta bulunmadığı, 2019 model araca ait olduğunun anlaşıldığı, dolayısıyla anılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9,18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**125)**

**Dosya No: 2020/5181**

**Şikayet Edilen: Park Otomotiv Nak. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Honda yetkili satıcısı firma tarafından yapılan araç satışlarına yönelik ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından tüketiciye verilen 20.07.2020 tarihli sipariş sözleşmesinde 2020 model Honda Civic marka aracın anahtar teslim toplam fiyatının "*216.600TL+zam gelirse bilgi verilecek"* şeklinde ifade edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, başvuru sahibi tüketicinin 20.07.2020 tarihinde Bahçelievler Honda Park mağazasına giderek internet fiyatı 209.600TL olan "Honda Civic" marka aracı satın almak için satış danışmanı ile görüştüğü, ardından aracın paket-model-renk konusunda tüketicinin talebi doğrultusunda anlaşma yapıldığı ve tüketiciye verilen sipariş sözleşmesinde aracın anahtar teslim toplam fiyatının "*216.600TL+zam gelirse bilgi verilecek"* şeklinde ifade edildiği, ancak daha sonra tüketiciye aracın gelmediği söylenerek satış sözleşmesinin iptal edildiği, fakat bu duruma ilişkin firma tarafından herhangi bir ispat niteliğinde bilgi-belge sunulamadığı, böylece firmaca yapılan keyfi satış iptali neticesinde tüketicinin değişen kur oranlarından ve ÖTV zammından ötürü zarara uğradığı, firma tarafından yeni araç siparişi oluşturmaktan imtina edildiği, bu süreçte araç fiyatına yüksek oranda zam yapıldığı, dolayısıyla firma tarafından verilen vaadin yerine getirilmeyerek haksız ticari uygulamada bulunulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9,28 ve 32 nci maddeleri,

-"Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar " başlıklı Ek bölümünün; "A-19 uncu maddesi

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**126)**

**Dosya No: 2020/5815**

**Şikayet Edilen: Toyota Türkiye Pazarlama AŞ.**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.totoya.com.tr](http://www.totoya.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan “Yeni Toyota C-HR” model araca yönelik ticari reklam ve uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.toyota.com.tr](http://www.toyota.com.tr) adresli internet sitesinde “Toyota’nı seç” başlıklı reklamlarda tüm yeni Toyota C-HR Hybrid versiyon fiyatlarına, metalik ve sedefli metalik ren farklarına yer verildiği, ayrıca söz konusu fiyatların 30 Eylül 2020 tarihine kadar geçerli olduğu bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, [www.toyota.com.tr](http://www.toyota.com.tr) adresli internet sitesinde firma tarafından sadece tavsiye edilen satış fiyatlarının yayınlandığı, mevzuat gereği bayilerin satış fiyatlarına müdahale edilemediği, tavsiye edilen satış fiyatlarının Ağustos ve Eylül aylarında sabit kaldığı, tüketicinin başvurusunda bahsi geçen C-HR 1.2 modelinin Eylül ayında Türkiye genelinde 203 adet satış yapıldığı, 11 adet aracın stokta kaldığı, stoklar bittiğinde de C-HR1.2'nin üretimi sona erdiği için satıştan çekildiği, Hybrid modelinin ise 589 adet satılarak 51 adedinin stokta kaldığının tespit edildiği, dolayısıyla firma tarafından ülke genelinde bayilerde satış yapıldığının ispatlandığı, böylece bahsi geçen araca yönelik yapılan ticari uygulamalarda herhangi bir aykırılık tespit edilmediği değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**127)**

**Dosya No: 2021/629**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.mediamarkt.com.tr](http://www.mediamarkt.com.tr) adresli internet sitesinde satışa sunulan “LENOVO Idea Centre 3 90MV009QTX/AMD Athlon Silver 3050U Tower Kasa Gri” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mediamarkt.com.tr](http://www.mediamarkt.com.tr) adresli internet sitesinde satışa sunulan “LENOVO Idea Centre 3 90MV009QTX/AMD Athlon Silver 3050U Tower Kasa Gri” isimli ürüne ilişkin reklamda fare, klavye ve kasa görüntüsüne bir arada yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan inceleme sonucunda, [www.mediarmakt.com.tr](http://www.mediarmakt.com.tr) adresli internet sitesinde satışa sunulan "LENOVO Idea Centre 3 90MV009QTX/AMD Athlon Silver 3050U Tower Kasa Gri" isimli ürün içerisinde kasa ile birlikte klavye ve farenin de yer aldığı, ancak klavye ve fare olmadığına ilişkin bilginin tüketiciye müşteri hizmetleri tarafından sehven verildiği, dolayısıyla tanıtımlarda herhangi bir aykırılık tespit edilmediği değerlendirilmiş olup dolayısıyla anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**128)**

**Dosya No: 2019/9552**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** A101 marketler zinciri tarafından "Aldın Aldın" başlıklı ürün kataloğunda *“Honor 7S”* markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ürün kataloğu

**Tespitler:** A101 marketler zinciri tarafından 22.08.2019 tarihinde yayınlanan "Aldın Aldın" başlıklı ürün kataloğunda “Honor 7S” markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün 3 GB RAM ve 32 GB ROM özelliğine sahip olduğunun belirtildiği;

Başvuru sahibi tüketiciye ait şikayet dilekçesi ekinde yer alan ürüne ait ambalaj üzerinde ise 2 GB RAM ve 16 GB ROM özelliğine sahip olduğunun ifade edildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: A101 marketler zinciri tarafından 22.08.2019 tarihinde yayınlanan "Aldın Aldın" başlıklı ürün kataloğunda *“Honor 7S”* markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün 3 GB RAM ve 32 GB ROM özelliğine sahip olduğu şeklinde tanıtım yapılmasına rağmen; ürüne ait ambalaj üzerinde 2 GB RAM ve 16 GB ROM özelliğine sahip olduğunun belirtildiği;

Buna göre, inceleme konusu reklamlarda, ürüne ilişkin teknik özellikler hakkında yanlış bilgi verilmesi suretiyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5 ve 9 uncu 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.

**129)**

**Dosya No: 2020/2687**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde 08.06.2020 tarihinde satışa sunulan *“Samsung Galaxy A10s 32 GB (Samsung Türkiye Garantili)”* markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde 08.06.2020 tarihinde satışa sunulan *“Samsung Galaxy A10s 32 GB (Samsung Türkiye Garantili)”* markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün açıklamalarında, bahsi geçen ürünün “Süper Amoled Ekran” özelliğine sahip olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde 08.06.2020 tarihinde satışa sunulan “Samsung Galaxy A10s 32 GB (Samsung Türkiye Garantili)” markalı cep telefonuna ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün açıklamalarında, bahsi geçen ürünün “Super Amoled Ekran” özelliğine sahip olduğunun belirtildiği; ancak, söz konusu ürünün “LCD Ekran” özelliğine sahip olması nedeniyle inceleme konusu reklamlarda yer alan vaadin gerçeği yansıtmadığı;

Bu nedenle, söz konusu reklamlarda, ürüne ilişkin teknik özellikler hakkında yanlış bilgi verilmesi suretiyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5 ve 9 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**130)**

**Dosya No: 2021/238**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *“Xiaomi Redmi Note 9S 128 GB (Xiaomi Türkiye Garantili)”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen **“**Xiaomi Redmi Note 9S 128 GB (Xiaomi Türkiye Garantili)”adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün garanti tipinin "Resmi Distribütör Garantili" olduğu belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.hepsiburada.com adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen “Xiaomi Redmi Note 9S 128 GB (Xiaomi Türkiye Garantili)” adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda yer alan ürün özelliklerinde, bahsi geçen ürünün garanti tipinin "Resmi Distribütör Garantili" olduğunun belirtildiği;

İnceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından yapılan alışveriş neticesinde, kendisine gönderilen ürünün KVK Teknoloji Ürünleri A.Ş. tarafından verilmiş garanti belgesine sahip olduğu; ancak, şikayet edilen firma tarafından yapılan açıklamalarda, KVK Teknoloji Ürünleri A.Ş. firmasının “Xiomi” markalı ürünlerin resmi olarak satışını yapan distribütörlerden birisi olduğunun anlaşılması nedeniyle anılan reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**131)**

**Dosya No: 2020/2677**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan *"Beyaz eşyalarda ve televizyonlarda KDV indirimi"* kampanyasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan "Beyaz eşyalarda ve televizyonlarda KDV indirimi" kampanyası kapsamında "*Çamaşır makinesinden televizyona, buzdolabından bulaşık makinelerine evindeki teknolojileri indirimli fiyatlarla yenile."* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan *"Beyaz eşyalarda ve televizyonlarda KDV indirimi"* kampanyasına ilişkin tanıtımlar üzerine başvuru sahibi tüketicinin 09.06.2020 tarihinde KDV indirimli ürün satın almak istediği ancak kampanyandan faydalanamadığı, bu durumu tüketici yardım hattına sorduğunda firma çalışanları tarafından dahi kampanya detaylarının bilinmediği, böylece söz konusu kampanya tanıtımlarının gerçeği yansıtmadığı, ayrıca firma tarafından kampanya kapsamında yapılan satışlara ilişkin talep edildiği halde fatura örneği sunulamadığı, böylece kampanya vaadi olan KDV indiriminin ispatlanamadığı, diğer taraftan kampanyaya ilişkin tanıtımlarda stok bilgisi, başlangıç bitiş tarihi gibi bilgilere yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9, 14 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 nci 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.

**132)**

**Dosya No: 2020/5816**

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

**Şikayet Edilen Reklam: “**Aldın Aldın" başlıklı afişte; "SEG SDF2451 M Derin Dondurucu" isimli ürüne ilişkin *"7 iş günü içerisinde teslimat yapılır"* şeklinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firma tarafındanyayınlanan "Aldın Aldın" başlıklı afişte; "SEG SDF2451 M Derin Dondurucu*"* isimli ürünün 1199TL'den satışa sunulacağı bilgisine ve “ 7 *işgünü içerisinde teslimat yapılır.*" ifadesine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Firma tarafından yayınlanan "Aldın Aldın" başlıklı afişte; "SEG SDF2451 M Derin Dondurucu*"* isimli ürünün 1199TL'den satışa sunulacağına ilişkin tanıtımlara yer verildiği, bunun üzerine başvuru sahibi tüketicinin Antalya/Alanya mağazasından ürünü 17.06.2020 tarihinde satın aldığı, ancak söz konusu afişte "7 *işgünü içerisinde teslimat yapılır.*" ifadesine yer verildiği halde tüketiciye ürünün 29.06.2020 tarihinde teslim edildiğinin tespit edildiği, böylece tanıtımlarda vaat edilen sürede ürün teslimatının yapılmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-e, 9, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**133)**

**Dosya No: 2021/665**

**Şikayet Edilen: LG Electronics San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Nanocell TV Kampanyası"na ilişkin yapılan *"86 ve 75 inç LG Nanocell 4K TVler 2 adet LG XBOOM Bluetooth Hoparlör Hediyeli*" başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait sosyal medya hesaplarından "*2020 serisi LG TV’lerin Bluetooth surround uyumluğu sayesinde iki adet uyumlu Bluetooth hoparlör bağlayarak surround ses efektini güncelleyebilirsiniz.* Üstelik 86 VE 74 inç *LG Nanocell 4K TVler 2 adet LG XBOOM Bluetooth Hoparlör Hediyeli"* şeklinde tanıtım yapıldığı, [www.lg.com.tr](http://www.lg.com.tr) adresli internet sitesinde de kampanya katılım koşullarına ve detaylarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Firmaya ait sosyal medya hesaplarından ve [www.lg.com.tr](http://www.lg.com.tr) adresli internet sitesinden yapılan "Nanocell TV Kampanyası"na ilişkin tanıtımlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından 05.09.2020 tarihinde firma bayisi Turan Güneş Bulvarı Çankaya/ANKARA adresli Güreller Elektronik Eşya mağazasından kampanya kapsamında 86 Nano906 serisi TV satın alındığı, kampanya kapsamında 86 inç TV için LG-PL7 serisi bluetooth hoparlörün hediye olarak verileceğinin vaat edildiği ve tüketicinin adresine hediye ürünün 20 gün içerisinde gönderileceğinin ifade edildiği, [www.lg.com.tr](http://www.lg.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan kampanya detaylarında da "*Müşterinin satın almış olduğu ürünün kurulumunu LG yetkili servise yaptırması ve sonrasında doldurduğu online katılım formunda belirtmiş olduğu bilgilerin katılım koşullarına uygun olması durumunda hediye ürün, en fazla 20 iş günü içerisinde LG yetkili servisi tarafından müşterinin katılım formunda belirtmiş olduğu adrese teslim edilecektir"* ifadesine yer verildiği, ancak tüketici kampanya katılım şartlarını yerine getirdiği halde hediye ürünün 20 iş günü içerisinde adresine teslim edilmediği, bunun üzerine tüketicinin gerek mağazayla gerekse sosyal medya hesaplarından ve çağrı merkezinden firma ile konu hakkında defaten iletişime geçmesi neticesinde hediye ürünün 5 ay sonra 08.02.2021 tarihinde teslim edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine de aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 7/1,7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 15, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**134)**

**Dosya No: 2020/796**

**Şikayet Edilen: Groupe Psa Otomotiv Pazarlama Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam*:*** *"Opel Crossland X 154.500 TL den başlayan fiyatlarla."* başlıklı kampanya reklamları .

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2020-30.06.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** **"**Opel Crossland X 154.500 TL'den başlayan fiyatlarla." başlıklı kampanya reklamlarında, *"Yüksek donanımlı Opel Crossland X'i 154.500 TL'den başlayan fiyatlar ve 50.000 TL'ye %0,99 faizle keşfetmek için showroom randevunuzu alın! Beklenen yüksek donanım beklenmeyen fiyatlar"* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: *"Opel Crossland X 154.500 TL den başlayan fiyatlarla."* başlıklı kampanya reklamlarında yer alan ana vaatte, indirimden önceki liste fiyatı 164.900-TL olarak belirtilen ürünün, Haziran 2020-Temmuz 2020 döneminde indirimli olarak 154.500-TL satışa sunulacağının ifade edildiği; şikayet edilen firmaya ait cevabi yazı ekinde sunulan fatura örneklerinden, bahsi geçen ürünün 154.500-TL indirimli satış fiyatı ile satışının yapıldığının anlaşılması nedeniyle söz konusu reklamların, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**135)**

**Dosya No: 2020/1797**

**Şikayet Edilen: Garanti Dijital Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.itals.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *“Jade 8 Kişilik Bahçe Masa Takımı”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.11.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** ww.itals.com.tr adresli internet sitesinde 06.11.2021 tarihinde satışı gerçekleştirilen *“Jade 8 Kişilik Bahçe Masa Takımı”* adlı ürünün 5.795,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: www.itals.com.tr adresli internet sitesinde 06.11.2021 tarihinde satışı gerçekleştirilen *“Jade 8 Kişilik Bahçe Masa Takımı”* adlı ürünün 5.795,00-TL satış fiyatı ile tüketicilere sunulduğu; inceleme konusu reklamlara istinaden, ürünün satın alındığı; ancak, firmanız tarafından satış fiyatının yanlış girildiği gerekçesiyle siparişin iptal edildiği; buna göre, inceleme konusu reklamlarda bahsi geçen ürünün ödenecek gerçek toplam fiyatı hakkında tüketicilerin yanlış bilgilendirildiği ve reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı;

Ayrıca, şikayet edilen firmanın, makul sayılabilecek bir süre ve miktarda söz konusu ürünü belirtilen fiyattan sunamayacağına veya başka bir yerden tedarik edemeyeceğine ilişkin yeterli bilgi sahibi olmasına rağmen, tüketiciyi bu konuda uyarmaksızın 5.795,00-TL satış fiyatı üzerinden edinmeye davet ederek haksız ticari uygulamada bulunduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla, anılan reklamların ve ticari uygulamaların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13, 14, 28, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**136)**

**Dosya No: 2020/3063**

**Şikayet Edilen: Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *"arcelik.com.tr de seçili ürüne özel 500 TL indirim ve 150 TL worldpuan fırsatı"* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14 Ağustos-29 Ağustos 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 14 Ağustos-29 Ağustos 2020 tarihleri arasında düzenlenen *"arcelik.com.tr de seçili ürüne özel 500 TL indirim ve 150 TL worldpuan fırsatı"* başlıklı kampanya reklamları kapsamında yer alan ana vaatte *"World'e özel 14 Ağustos-29 Ağustos 2020 tarihleri arasında arcelik.com.tr'den yapılacak A55 A950A Model TV alışverişlerinde 500 TL indirim ve 150 TL Worldpuan!" şeklinde ifadelere ve "Yapı Kredi World Mobil kampanyası kapsamında 14 Ağustos-29 Ağustos tarihleri arasında arcelik.com.tr'den tek seferde yapılacak 4.498-max:4.499 TL arası peşin veya en fazla 6 taksitli alışverişlerde geçerlidir.7-18 taksitle yapılan alışverişlerde geçerli değildir. Kampanya yalnızca bireysel kredi kartı ile yapılan alışverişler için geçerlidir. Banka kartlarıyla ve Ticari-Business Worlcard'larla yapılan işlemler kampanyaya dahil değildir. Ek kartlar ile yapılacak harcamalar kampanyaya dahil olup, puan yüklemeleri asıl karta yapılmaktadır. Kampanya müşteri bazında geçerli olup, bir müşteri en fazla 150 TL World Puan kazanabilir. Kampanya stoklarla sınırlıdır.(...)"* şeklinde kampanyaya katılım koşullarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: 14 Ağustos-29 Ağustos 2020 tarihleri arasında düzenlenen *"arcelik.com.tr de seçili ürüne özel 500 TL indirim ve 150 TL worldpuan fırsatı"* başlıklı kampanya reklamları kapsamında yer alan ana vaatte *"World'e özel 14 Ağustos-29 Ağustos 2020 tarihleri arasında arcelik.com.tr'den yapılacak A55 A950A Model TV alışverişlerinde 500 TL indirim ve 150 TL Worldpuan!"* şeklinde ifadelere ve "*Yapı Kredi World Mobil kampanyası kapsamında 14 Ağustos-29 Ağustos tarihleri arasında arcelik.com.tr'den tek seferde yapılacak 4.498-max:4.499 TL arası peşin veya en fazla 6 taksitli alışverişlerde geçerlidir.7-18 taksitle yapılan alışverişlerde geçerli değildir. Kampanya yalnızca bireysel kredi kartı ile yapılan alışverişler için geçerlidir. Banka kartlarıyla ve Ticari-Business Worlcard'larla yapılan işlemler kampanyaya dahil değildir. Ek kartlar ile yapılacak harcamalar kampanyaya dahil olup, puan yüklemeleri asıl karta yapılmaktadır. Kampanya müşteri bazında geçerli olup, bir müşteri en fazla 150 TL World Puan kazanabilir. Kampanya stoklarla sınırlıdır.(...)"* şeklinde kampanyaya katılım koşullarına yer verildiği;

İnceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından kampanya kapsamında alışveriş yapılmasına rağmen, kampanyadan faydalandırılmaması nedeniyle, söz konusu reklamlarda yer alan vaadin yerine getirilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9 ve 13 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**137)**

**Dosya No: 2018/2941**

**Şikayet Edilen: LG Electronics Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.lg.com/tr adresli internet yer alan GC-A502HLHU model buzdolabına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018-2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lg.com/tr sitesinde, https://www.lg.com/tr/buzdolabi/lg-GC-A502HLHU adresli sayfada yer alan GC-A502HLHU model buzdolabına ilişkin tanıtımlarda, ürünün enerji verimlilik sınıfının **A++** olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan inceleme ve muhatap şirketten alınan bilgiler neticesinde bahsi geçen ürünün enerji verimlilik sınıfının gerçekte A+ olduğunun anlaşıldığı, bu bilginin internet sitesinde A++ olarak belirtilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1-2-3-4, 7/5/a, 9/1, 17. maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**138)**

**Dosya No: 2019/1709**

**Şikâyet Edilen: A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** A101 isimli market zincirinde satılan "Mobetto" marka çekmeceli dolabın afişlerde yazan fiyatı ile kasa satış fiyatı arasında müşteri aleyhine yansıtılan olumsuz fark.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afiş, internet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, şikayet konusu ürünün indirimli satış reklamına ilişkin afiş ve broşüründe yazan fiyat ile kasada ödeme esnasında çıkan fiyatın uyuşmadığı ve bu hususun tüketicileri aldatıcı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** Anılan marketler zincirine ait internet üzerinden yayınlanan reklam broşürleri ile muhtelif mecralardaki afişlerde, 22.11.2018 tarihinde; “Aldın Aldın! Mobetto 2 Kapaklı Çekmeceli Dolap 129,95 TL” şeklinde bir kampanya olduğuna dair tanıtımlar yapıldığı, buna karşın anılan tarihte söz konusu üründen alışveriş yapan tüketicilerden ürün bedeli olarak 139,00 TL tahsil edildiği ve bunun perakende satış kasa fişi ile sabit olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen incelemeler neticesinde, afiş ve broşürlerde yer alan reklamlarla söz konusu ürünün fiyatında indirim yapıldığı ifade edilerek ürünlere yönelik tüketicilerin satın alma kararlarının etkilenmesinin ve kasada ödeme aşamasında reklamda belirtilen indirimli fiyattan daha yüksek bir fiyatın yansıtılmamasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 9/1, 9/5, 13/1, 14/2, 14/3, 28/1, 28/2, 29/1, 29/2’nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/12’nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**139)**

**Dosya No: 2021/1243**

**Şikayet Edilen: Mey İçki San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yeni Rakı Gurbet filminde yer alan ifade ve görüntüler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikayetçi İddiaları:** “Yeni Rakı Global -Burası İstanbul (Yeni Rakı Gurbet Filmi)” başlıklı filmde Yeni Rakı isimli alkollü içeceğin tanıtımına yönelik çeşitli sosyal medya platformlarında yayınlanan kısa reklam filminin mevzuata aykırı olduğu iddia edilmektedir.

**Tespitler:** 30.01.2021 tarihinde Youtube’da ve muhtelif tarihlerde Instagram mecrasında “Yeni Rakı Global-Burası İstanbul” isimli alkollü içeceğin tanıtımına yönelik kısa film yayınlandığı, filmin içeriğinde Yeni Rakı görseline rastlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Anılan firmaya ait sosyal mecralarda yayınlanan "Yeni Rakı Gurbet Filmi" başlıklı tanıtımlarda açıkça okunabilir şekilde üzerinde "YENİ RAKI 1937" ibaresi yer alan alkollü içeceğe ilişkin görsellere yer verildiği,

Söz konusu reklama ilişkin olarak, firma tarafından yapılan açıklamada anılan tanıtımların her ne kadar global hesaplarda ve sadece yurtdışında yayınlanmak amacıyla oluşturulduğu ifade edilse de yapılan inceleme neticesinde anılan reklamların halihazırda yurtiçinde ikamet eden tüketiciler tarafından izlenebilecek şekilde erişime açık olduğu bu durumun da mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 28, 29, 30 ve 32 nci maddeleri,

-4250 Sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu’nun 6 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**DİĞER**

**140)**

**Dosya No: 2020/2427**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Trendyol uygulamasında Mega Eylül kampanyaları kapsamında yer alan “Trendyol’da Elektronik Ürünlerde Sepette %8 İndirim” başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Trendyol uygulamasında Mega Eylül kampanyaları kapsamında yer alan “Trendyol’da Elektronik Ürünlerde Sepette %8 İndirim” başlıklı tanıtımlarda *“Mega Eylül Trendyol. Trenyol’da Elektronik Ürünlerde Sepette %8 İndirim. Hemen linke tıklayın ve alışverişe başlayın.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “Apple Iphone 11 64 GB Yeşil (Apple Türkiye Garantili)” adlı ürünün Trendyol uygulamasında yayınlanan “Trendyol’da Elektronik Ürünlerde Sepette %8 İndirim” başlıklı kampanya kapsamındaki ürün listesi dâhilinde bulunmadığı, ayrıca söz konusu ürün listesindeki ürünler için vaat edilen indirim oranının uygulandığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**141)**

**Dosya No: 2019/12590**

**Şikayet Edilen: Kolay Kargo Kolay Bilişim Dağıtım Dış Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.eflatunda.com adresli internet sitesinde Taç markalı nevresim takımlarının tanıtımlarının yapıldığı, bu tanıtımlara güvenerek internet sitesinden nevresim takımları satın alan tüketiciye yırtık kumaşlar ve değişik renkli malzemeler gönderildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.eflatunda.com adresli internet sitesinde Taç markalı nevresim takımlarının tanıtımlarının yapıldığı, bu tanıtımlara güvenerek internet sitesinden nevresim takımları satın alan tüketiciye yırtık kumaşlar ve değişik renkli malzemeler gönderildiği bu nedenle söz konusu tanıtımların gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde Taç markalı ürünlere yer verilmesi nedeniyle tüketicilerin söz konusu markaya duyduğu güven ve itibardan haksız bir şekilde yarar sağlandığı; ayrıca, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**142)**

**Dosya No: 2020/5032**

**Şikayet Edilen: Defacto Perakende Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.defacto.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tüketici tarafından gönderilen reklam örneklerinde www.defacto.com.tr adresli internet sitesinden alışveriş yapan tüketicinin sepetindeki ürünlerin detaylarına yer verildiği, sepetteki ürün detay bilgisinde ürünlerin fiyatından % 20 indirimin uygulanmadığı ancak kampanyanın vaadi olan sepette % 20 indirimin tespitine esas teşkil edebilecek tüketicinin alışveriş sepetinin toplam tutarına ilişkin reklam örneği olmadığı ve reklam veren tarafından sepette indirim kampanyalarına ilişkin olarak gönderilen bilgi ve belgelerde sepetin toplam tutarında indirim yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.defacto.com.tr adresli internet sitesinde yer alan kampanyaya ilişkin sunulan bilgi ve belgeler kapsamında şikayet konusu hususta Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**143)**

**Dosya No: 2020/5810**

**Şikayet Edilen: Lc Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.lcwaikiki.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.lcwaikiki.com adresli internet sitesinde *"Tahmini teslimat süremiz, bulunduğunuz adrese göre 3-5 iş günü arasında* *değişkenlik göstermektedir."* ifadesine yer verilmesine rağmen internet sitesinden alışveriş yapan tüketicinin alışverişinden 9 gün geçmesine rağmen ürünlerin kargoya teslim edilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.lcwaikiki.com adresli internet sitesinde yer alan "Teslimat Süresi" bölümünde *"Tahmini teslimat süremiz, bulunduğunuz adrese göre 3-5 iş günü arasında değişkenlik göstermektedir."* ifadesine yer verilmesine rağmen internet sitesinden alışveriş yapan tüketicinin alışverişinden 9 gün geçmesine rağmen ürünlerin kargoya teslim edilmediği bu nedenle söz konusu vaadin gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**144)**

**Dosya No: 2020/5811**

**Şikayet Edilen: Lc Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.lcwaikiki.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.lcwaikiki.com/tr/ adresli internet sitesinde yer alan efsane indirim kampanyasında *"Tüm indirimlere ek sepette %30 indirim. Seçili ürünlerde geçerlidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği, buna istinaden kampanyalı ürünlerden alışveriş yapantüketicinin sepetindeki ürünlerin toplam fiyatı olan 676.78 TL üzerinden 99,00 TL indirimyapıldığı, kampanyada belirtilen %30 indirimin uygulanmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait www.lcwaikiki.com adresli internet sitesinde yer alan efsane indirim kampanyasında *"Tüm indirimlere ek sepette %30 indirim. Seçili ürünlerde geçerlidir."* şeklinde ifadelere yer verildiği, buna istinaden kampanyalı ürünlerden alışveriş yapan tüketicinin sepetindeki ürünlerin toplam fiyatı olan 676.78 TL üzerinden 99,00 TL indirim yapıldığı ancak kampanyada belirtilen %30 indirimin uygulanmadığı dolayısıyla tüketicinin bahse konu kampanyadan faydalandırılmadığı bu nedenle söz konusu vaadin gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**145)**

**Dosya No: 2020/5812**

**Şikayet Edilen: Lc Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazadan satın alınan ürünün etiketinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2019

**Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler:** Firmaya ait mağazadan satın alınan *“CLAZIO/9W7265Z8/JOF”* isimli ürünün etiketinin üzerine yapıştırılan kırmızı etikette ürünün ilk peşin fiyatı olan 219,99 TL üzerinden indirim yapılarak ürünün indirimli peşin fiyatının 199,99 TL olduğu, tüketici tarafından ürünün üzerindeki kırmızı etiket kaldırıldığında etiketin altında yazan peşin fiyatın 199,99 TL olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait mağazadan satın alınan “CLAZIO/9W7265Z8/JOF” isimli ürünün etiketinin üzerine yapıştırılan kırmızı etikette ürünün ilk peşin fiyatı olan 219,99 TL üzerinden indirim yapılarak ürünün indirimli peşin fiyatının 199,99 TL olduğu, tüketici tarafından ürünün üzerindeki kırmızı etiket kaldırıldığında etiketin altında yazan peşin fiyatın 199,99 TL olduğunun görüldüğü dolayısıyla ürünün etiketinin üzerine yeni etiket yapıştırılarak ürünün fiyatının arttırıldığı bu sebeplerle tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan mağazada satılan ürünün etiketinde yer alan ilk peşin fiyat olan 219.99 TL üzerinden indirim uygulanarak ürünün peşin 199,99 TL’den tüketiciye satıldığı, ancak ilgili mevzuatta yer alan *“İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı satıcı veya sağlayıcıya aittir.”* hükmü gereği anılan ürünün indirimden önceki fiyattan satışa sunulduğunun ispatlanması gerektiği ancak söz konusu hususun ispatlanamadığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin 11 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 14 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lc Waikiki Mağazacılık Hizmetleri Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 8.546.-TL (Sekizbinbeşyüzkırkaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**146)**

**Dosya No: 2021/1217**

**Şikayet Edilen: Ersaş Alüminyum A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ilişkin olarak www.ersasaluminyum.com.tr ve www.youtu.be/gyGOwuTypnc adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ilişkin olarak www.ersasaluminyum.com.tr ve www.youtu.be/gyGOwuTypnc adresli internet sitelerinde "*Ersaş Pen den büyük buluş yüzde yüz Türk malı monoblock pvc pencere profiline Türk Standartları’ndan önce Avrupa Standartları Enstitüsü’nden onay geldi. Ersaş Pen."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ilişkin olarak www.ersasaluminyum.com.tr ve www.youtu.be/gyGOwuTypnc adresli internet sitelerinde "*Ersaş Pen den büyük buluş yüzde yüz Türk malı monoblock pvc pencere profiline Türk Standartları’ndan önce Avrupa Standartları Enstitüsü’nden onay geldi. Ersaş Pen."* ifadelerine yer verilerek tüketiciler nezdinde Avrupa Standartları Enstitüsü'nün Türk Standartları Enstitüsü'ne kıyasla daha nitelikli ve daha hızlı işlem yaptığı izlenimi oluşturularak Türk Standartları Enstitüsü'nün kötülendiği,

Bununla birlikte anılan reklamlara konu *"er monoblock upvc"* isimli ürüne ilişkin olarak Türk Standartları Enstitüsü'ne yapılan TSE belgesi müracaatında ilk üretim yeri incelemesinin olumsuz sonuçlandığı, 2. üretim yeri incelemesinin olumlu sonuçlandığı buna istinaden üretim yerinden alınan numunelerin standardın öngördüğü muayene ve deneylerden geçirilmek üzere Kimya ve Gıda Laboratuvarı Ankara Müdürlüğü'ne gönderildiği, müracaat tarihinden itibaren 13 aylık süre içinde muayene ve deneylerin sürekli olumsuz sonuçlanması üzerine firma tarafından birçok defa beyan değişikliğinde bulunularak yeniden numune alınmasının talep edildiği, bu talepler üzerine yeni deney numunelerinin alınıp teste gönderildiği, ancak muayene ve deneylerin yine olumsuz sonuçlanması sebebiyle TSE belgesinin tanzim edilemediği dolayısıyla TSE belgesinin alınamamasının firmadan kaynakladığı ancak anılan reklamlarda belge alınamaması sürecinin Türk Standartları Enstitüsü'nün sürecinden kaynaklandığı algısı oluşturularak kurumun itibarının zedelenmesine yol açıldığı,

Diğer taraftan söz konusu reklamlarda belirtilen "Avrupa Standartları Enstitüsü" isimli bir kuruluşun gerçekte olmadığı bu nedenle reklamlarda böyle bir kuruluş olduğu izlenimi oluşturularak bir kuruluşun ticari itibarından haksız bir şekilde yararlanılmaya çalışıldığı, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların; tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 10, 11, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ersaş Alüminyum A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 114.326.-TL (Yüzondörtbinüçyüzyirmialtı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**147)**

**Dosya No: 2020/1255**

**Şikâyet Edilen: Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** kataloglar.metro-tr.com adresinde yayımlanan “Beverly Hill’s Polo Club” markalı valiz setinin indirimli satışına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Şikâyetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda, “kataloglar.metro-tr.com” adresinde bahse konu ürünün fiyatının 1 Aralık 2019 tarihinde geçerli olmak üzere 799,90 TL’den 399.90 TL’ye (KDV’li) indirildiği yönünde tanıtımın yapıldığı ancak belirtilen tarihte Merter/İstanbul adresinde faaliyet gösteren mağazaya giden tüketiciye ürünün kataloğa yanlış basıldığı ve indirimli ürünün aynı markanın farklı bir modeli olduğu gerekçesiyle ürünün indirimli fiyattan satılamayacağı bilgisinin verildiği ve bu durumun tüketici mağduriyetine yol açtığı iddia edilmektedir.

**Tespitler:** “kataloglar.metro-tr.com” adresinde bahse konu ürünün fiyatının 1 Aralık 2019 tarihinde geçerli olmak üzere 799,90 TL’den 399.90 TL’ye (KDV’li) indirildiği yönünde tanıtımın yapıldığı ancak tanıtım üzerinde kampanya koşullarına yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, “kataloglar.metro-tr.com” adresinde bahse konu ürünün fiyatının 1 Aralık 2019 tarihinde geçerli olmak üzere 799,90 TL’den 399.90 TL’ye (KDV’li) indirildiği yönünde tanıtımın yapıldığı ancak belirtilen tarihte Merter/İstanbul adresinde faaliyet gösteren mağazaya giden tüketicinin kampanyadan yararlanamadığı, inceleme konusu tanıtım üzerinde kampanya koşullarına yer verilmediği, dolayısıyla bu indirime ilişkin tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketici mağduriyetine yol açtığı değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14/1, 14/2, 14/3, 14/4, 28/1 ve 32/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61/2, 61/3, 61/6 ve 61/7’nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,ticari uygulamada bulunan **Metro Grosmarket Bakırköy Alışveriş Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63’üncü ve 77/13’üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**148)**

**Dosya No: 2020/663**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafındanwww.hepsiburada.com adlı e-ticaret platformu üzerinden "Head & Shoulders 2 si 1 Arada Şampuan Mentol Ferahlığı 450 ml x 2" adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen ürünün www.hepsiburada.com adlı internet sitesi üzerinden "%13 indirim" ile 79,90 TL yerine 69,90 TL ve bu indirime ek "sepette %53 indirim" ile 32,90 TL olarak satışa sunulduğu ancak, indirim öncesindeki fiyat olan 79,90 TL üzerinden herhangi bir satışın gerçekleşmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; internet sitesinin 10.11.2019 tarihli görünümünde; söz konusu ürüne ilişkin yapılan indirimin gerçeği yansıtmadığı, firmanın indirim yapıldığı izlenimi uyandırarak tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemeyi amaçladığı bu nedenle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28, 29 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480,00-TL(Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**149)**

**Dosya No: 2020/1329**

**Şikayet Edilen: Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından,www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesi üzerinden 22.11.2019 tarihinde düzenlenen “Şahane Cuma” başlıklı indirimli satış kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından www.mediamarkt.com.tr adlı internet sitesinin 22.11.2019 tarihli görünümünde; "Huawei 30P Lite Akıllı Telefon Beyaz" ve Huawei 30P Lite 128Gb Akıllı Telefon Mavi" adlı ürünlerin 4.098 TL olan eski fiyatı üzerinden %29 oranında indirim yapılarak 2.899 TL olarak satışa sunulduğu, ancak indirimden önceki fiyat üzerinden satış yapıldığına ilişkin kanıtlayıcı bir belgenin bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait internet sitesi üzerinden adı geçen akıllı telefon ürünlerine ilişkin yapılan indirimin gerçeği yansıtmadığı, firmanın yüksek oranda indirim yapıldığı izlenimi uyandırarak tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemeyi amaçladığı bu nedenle yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu ve dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç 9/1, 9/5, 13/1, 13/9, 14, 28, 29 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Media Markt Turkey Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **85.480,00-TL(Seksenbeşbindörtyüzseksen Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**150)**

**Dosya No: 2021/117**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen firma tarafından www.thodex.com/tr adlı internet sitesi üzerinden kripto para alım-satım işlemlerine ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından adı geçen internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlarda "Türkiye'nin lisanslı ilk Global Kripto Para Borsası THODEX... Ziraat Bankası THODEX'te... Artık THODEX'te Ziraat Bankası üzerinden 7/24 yatırma işlemi yapabilirsiniz" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından www.thodex.com adlı internet sitesi üzerinden yapılan tanıtımlar ile kripto para işlemlerinin yetkili kamu kuruluşları tarafından sağlanan hukuki bir güvenceye sahip olduğu ve yine adı geçen site üzerinden Ziraat Bankası sistemi üzerinden doğrudan kripto para alım satımı yapılabileceği yönünde izlenim oluşturulduğu bu durumun yanıltıcı ve mevzuata aykırılık oluşturduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-h,  9, 28, 29 uncu ve 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**151)**

**Dosya No: 2021/839**

**Şikayet Edilen: MCK Elektronik Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından "Birkenstock" markasıyla satışa sunulan ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.05.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen ürünün, başvuru sahibi tüketici tarafından firmaya ait internet sitesi üzerinden 09.05.2020 tarihinde sipariş edildiği ancak, teslim edilen ürünün, tanıtımı yapılan üründen farklı ve düşük kalitede bir ürün olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından "Birkenstock" marka adı altında satışa sunularak başkasına ait ticari itibardan haksız kazanç elde edildiği bu nedenlerle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı bu nedenle firma tarafından yapılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a,f, 9/1, 11/1, 12, 13 üncü ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **MCK Elektronik Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**152)**

**Dosya No: 2021/1203**

**Şikayet Edilen: Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından düzenlenen "Vestel Salcano Kampanyası"na ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2019 - 31.06.2019

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Afiş

**Tespitler:** Adı geçen kampanya kapsamında, "75" 190 Ekran 4K Smart Led Tv" adlı ürünün 9.999 TL yerine 7.999 TL ve "26 Jant Salcano Exel 21 Vites" bisiklet hediyeli olarak satışa sunulduğu ancak; söz konusu kampanyadan yararlanmak isteyen başvuru sahibi tüketicinin ürünü 16.06.2019 tarihinde satın aldıktan sonra hediye ürünün kendisine teslim edilmediği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; yapılan tanıtımlarda belirtilmemesine karşın karşın kampanya süresi içinde kurulum yapılmadığı gerekçesiyle hediye ürünün tüketiciye teslim edilmediği bu nedenle firma tarafından yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı 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, 7/5-e 9, 28, 29, 30 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**153)**

**Dosya No: 2021/1212**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.hepsiburada.com internet sitesi üzerinden "eskiyi getir, yeniyi götür" adlı telefon değiştirme kampanyası kapsamında yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketicinin adı geçen kampanya kapsamında elde etmiş olduğu iki adet hediye çekinin birleştirilmesi yönündeki 16.08.2020 tarihli talebinin, 18.08.2020 tarihinde söz konusu firma tarafından reddedildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; tüketicinin hediye çeki kullanımının 07.09.2020 tarihinde yani hediye çeki birleştirme talebinin reddedilmesinden sonra gerçekleştiği anlaşıldığından firma tarafından yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve mevzuata aykırı olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b 9 uncu ve 32 nci 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 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**154)**

**Dosya No: 2021/1214**

**Şikayet Edilen: Ayşin AVCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Adı geçen şahsa ait "ladorebutikk" adlı instagram hesabı üzerinden yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen şahsa ait instagram hesabı üzerinden yapılan tanıtımlarda yer alan "yüksek kaliteli" ve "ithal" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; söz konusu instagram hesabı üzerinden yapılan tanıtımlarda yer alan "yüksek kaliteli" ve "ithal" ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı bu nedenle söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı 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, 11/1-a, 11/1-b ve 12 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**155)**

**Dosya No: 2021/1221**

**Şikayet Edilen: GCM Menkul Kıymetler A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından, www.youtube.com, www.partimeis.wordpress.com,www.evdeinternetteis.wordpress.com ve www.isinizhazir.com adlı internet siteleri üzerinden yapılan forex işlemlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Adı geçen internet siteleri üzerinden yapılan tanıtımlarda "işinizi şansa bırakmayın, para kazanmak için doğru tahmin değil, doğru yatırım yapın… Dünyanın en büyük finans piyasasında yatırım yaparak paranıza para katın... Forex'te fiyatlar yükselirken de, düşerken de kazanabilirsiniz... Altın fiyatlarını 12'den vurun, en iyi fiyattan alın satın... Neden Forex piyasası? Manipüle edilemez, piyasanın yönü belli, yönetim ve takip kolaylığı" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firma tarafından adı geçen internet siteleri üzerinden yapılan tanıtımlarda yer alan ifadeler ile forex piyasalarının risk unsuru içermediği ve güvenli bir kazanç sağlama yöntemi olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a 7/5-b, 7/5-h 9, 28, 29 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **GCM Menkul Kıymetler A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**156)**

**Dosya No: 2020/1053**

**Şikayet Edilen: Erdoğan TÜRKOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait www.jull.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.09.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.jull.com.tradresli internet sitesin 24.09.2020 tarihli görünümünde; *"Yetişkin sigara içenler için alternatif: Juul, sigarayı tatmin edici alternatif olarak tasarlandı... Juul cihaz modelleri. Juul Limited Turquoise Device ₺ 450,00, Juul Limited Ruby Red Device ₺ 450,00, Başlangıç Seti (De Version) ₺ 450,00... En Kaliteli Juul Pod Çeşitleri. Türkiye’nin en seçkin Online alışveriş sitesi Jull.com.tr Juul ve Pod cihaz çeşitleri stoklarımızda yer almakta olup, kapıda ödeme imkanı ile hemen sipariş verebilirsiniz. Hızlı teslimat ve güvenli alışveriş... Zeytinburnu Juul Elektronik Sigara ve Pod Aynı Gün Kurye İle Teslim..."*ifadelerine yer verilerek elektronik sigara satışının ve tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından elektronik sigara satışının ve tanıtımının yapıldığı, tütün ürünlerinin tanıtımının ve satışının yapılmasının mevzuata aykırı olduğu, inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erdoğan TÜRKOĞLU** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**157)**

**Dosya No: 2020/3904**

**Şikayet Edilen: Oxford Dış Ticaret Limited Şirketi (Oxford El Örgü Yünleri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Satışı yapılan ürün ambalajında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** "Oxford İnce Tarama Makrome" isimli ürünün ambalajında "135 mt. ± 5" ibaresine yer verildiği ancak ürünün "112 mt" uzunluğunda olduğu, bu hususun kuruluş tarafından kabul edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, Oxford İnce Tarama Makrome" isimli ürünün ambalajında "135 mt. ± 5" ibaresine yer verildiği ancak ürünün "112 mt" uzunluğunda olduğu, bu hususun kuruluş tarafından kabul edildiği, söz konusu "± 5" ibaresiyle bu uzunluk farkının çeliştiği, inceleme konusu tanıtımın tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Oxford Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**158)**

**Dosya No: 2020/4354**

**Şikayet Edilen: Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya aitwww.yatasbedding.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.07.2018, 07.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *"Masko - Yataş Bedding Mağaza Adresi İkitelli Org. San. Bölg. Masko 12/B No: 10 Mağaza Telefonu +902126752530"* adresinde yer alan mağazadan ürün satın alan tüketicinin karşılaştığı ayıplı ürün karşısında firmaya başvurduğu ancak kuruluş tarafından söz konusu ürünün "Merkez İnşaat Mobilya Sanayi ve Tic. Ltd. Şti." ünvanlı firma tarafından tüketiciye satıldığı ve kuruluşun sorumluluğunun bulunmadığı bilgisinin verildiği, ancak www.yatasbedding.com.tr adresli internet sitesinin 29.07.2018 ve 07.01.2021 tarihli görünümlerinde; "Mağazalarımız" sekmesi altında Türkiye genelinde yer alan mağazalara ait bilgilerle birlikte anılan mağaza adres bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda www.yatasbedding.com.tr adresli internet sitesinin 29.07.2018 ve 07.01.2021 tarihli görünümlerinde; "Mağazalarımız" sekmesi altında Türkiye genelinde yer alan mağazalara ait bilgilerle birlikte anılan mağaza adres bilgilerine yer verilerek mağazanın kuruluşun bünyesinde olduğu izlenimi yaratıldığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve bilgi eksikliklerini istismar edici nitelikte olduğu, tüketicinin algılama düzeyi göz önünde bulundurulduğunda mevzuata aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 7/5-c, 9, 29 ve 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Tic. A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ve ticari uygulamalar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**159)**

**Dosya No: 2021/621**

**Şikayet Edilen: Anadolu Expert Hasar Analiz Merkezi Aktüeryal Legal Hasar Yönetimi ve Danışmanlık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait www.hasaranalizmerkezi.com, www.facebook.com/hasaranalizmerkezi adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.03.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler:** http://hasaranalizmerkezi.com/adresli internet sitesinin 18.03.2021 tarihli görünümünde;

*"Her Zaman Yanınızda. Hasar Analiz Merkezi’nin temsilcilikleri ve müşteri hizmetleri merkezi hasar anında her türlü sorununuza uçtan uca size yardımcı olur. Özel Çözümler. Hasar Analiz Merkezi, danışmanlığın kişiye özel olması gerektiğine inanır. Mağdurların ihtiyaçlarını anlar ve mağduriyetlerini gidermek için onlara kişiselleştirilmiş çözümler sunar. Şeffaf Hizmet Anlayışı. Hasar Analiz Merkezi, sunduğu hizmetlerde şeffaflığa son derece önem verir. Mağdurlarımız dosya süreçlerini adım adım takip edebilmektedirler... Hizmetlerimiz: Bedeni Hasarlara İlişkin Süreç Yönetimi: Sigorta şirketlerinin bedeni hasarlar işleyişindeki departmanlarının çalışmaları, uygulamaları ve işleyiş biçimlerini ayrıntılı bir biçimde, konusunda uzman kadromuzla analiz edip size en uygun hizmeti sunuyoruz... Deniz Kazası Tazminatı: Yolculuk esnasında gemi kazası sonucu vefat eden veya kalıcı sakatlık durumunda olan mağdurlar ve yakınlarına haklarının tanzimi hususunda profesyonel destek... Tren Kazası Tazminatı: Tren yolu yolculuklarınız esnasında meydana gelen ölümlü veya ölümsüz kazalardan doğan tazminat haklarınızın eksiksiz bir şekilde uygulanması konusunda profesyonel danışmanlık desteği vermekteyiz... Kurulduğumuz günden beri güvenilir ve profesyonel hizmetlerimizle yılda binlerce mağdurun dosyasını çözüme kavuşturuyoruz..."* gibi ifadelere,

**-**www.facebook.com/hasaranalizmerkezi**/** adresli sosyal medya hesabının 18.03.2021 tarihli görünümünde;

*"Trafik kazası tazminatınız için tüm süreçlerde yanınızdayız!... Hasar Analiz Merkezi ile trafik kazası tazminatı almak çok kolay!... Trafik kazası sonrası tüm tazminat haklarınız için yanınızdayız!... Tüm kaza mağdurlarına rehber olmayı amaçlayan Hasar Analiz Merkezi kurulduğu günden beri profesyonel ekibi ile kaza anında ve sonrasında ücretsiz danışmanlık hizmetleriyle günde binlerce kaza mağduruna ulaşarak tedavi giderleri ve tazminat hakları konusunda bilgilendirip ikinci bir kez mağduriyet yaşamalarını engellemektedir... Hasar Analiz Merkezi, meydana gelen bir kaza sonucunda doğabilecek her türlü tazminat haklarını en kısa zamanda hak sahiplerine ulaştırmaktadır ve mağdur edilmesinin önüne geçmektedir... Danışmanlığını yürüttüğü mağdurların dosyalarını Türkiye’ de en hızlı şekilde çözme şiarı ile yola çıkan Hasar Analiz Merkezi, yeni iştirakleriyle her geçen gün daha da büyümekte, danışmanlık verme kapasitesini sürekli artırarak daha çok mağdura ulaşmak için çabalamaktadır..."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlar vasıtasıyla trafik ve iş kazaları başta olmak üzere, tazminat alacağına ilişkin hukuki ihtilaflarda mütalaa vermek, dava etmek ve savunmak, adli işlemleri takip etmek, bu işlere ait bütün evrakı düzenlemek gibi sadece baroda yazılı avukatların yetkisinde olan faaliyetlerin kuruluş tarafından yürütüldüğünün belirtildiği, kuruluşun bu alanda bir yetkisinin bulunmadığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, bilgi eksikliklerini istismar edici ve avukatlık mesleğini icra eden kişiler aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

-1136 sayılı Avukatlık Kanunu'nun 35, 55 ve 63 üncü maddeleri,

- 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 32 nci maddesi,

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Anadolu Expert Hasar Analiz Merkezi Aktüeryal Legal Hasar Yönetimi ve Danışmanlık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**160)**

**Dosya No: 2018/6266**

**Şikayet Edilen: Fatma GÜDER-Ulaş İleti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından www.adidasmagazam.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 278. Reklam Kurulu toplantısında konuya ilişkin olarak Fatma Güder-Ulaş İleti’den edinilen sözleşme örnekleri uyarınca Veysel Avcı hakkında idari para cezası uygulanmıştır. Söz konusu idari yaptırıma ilişkin olarak açılan davada, Ankara 13. İdare Mahkemesinin E:2018/2496,; K:2019/2422 sayılı kararı ile ilgili sözleşmede yer alan imzanın Veysel Avcı’ya ait olmaması gerekçe gösterilerek idari yaptırımın iptaline karar verilmiş, bu karar Ankara Bölge İdare Mahkemesi 9. İdari Dava Dairesinin E:2020/421,; K:2020/384 sayılı kararı ile onanmıştır. Bu çerçevede, söz konusu reklam ve tanıtımların ve bu tanıtımlar yoluyla gerçekleştirilen ürün satışının Fatma Güder-Ulaş İleti firması tarafından gerçekleştirildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** [www.adidasmagazam.com](http://www.adidasmagazam.com) adresli internet sitesi üzerinden “*Adidas”* markası kullanılarak satışa sunulan ürün ile tüketicilere gönderilen ürünün birbirinden farklı olduğu, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, diğer taraftan konuya ilişkin muhatabın ilgili mahkeme kararları ve elde bulunan bilgi ve belgelerden Fatma Güder-Ulaş İleti olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 18/3; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Fatma GÜDER-Ulaş İleti** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**161)**

**Dosya No: 2018/7667**

**Şikayet Edilen: Fatma GÜDER-Ulaş İleti**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından <http://terlikkampanyası.loan> adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2018

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesi üzerinden yürütülen reklam ve tanıtımlar ile satış işleminin Fatma Güder-Ulaş İleti unvanlı firma tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından söz konusu internet sitesi üzerinden satışa sunulan terlik ürünü ile tüketicilere gönderilen ürünün birbirinden farklı olduğu, dolayısıyla belirtilen reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen söz konusu uygulamanın aldatıcı ve 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-a, 7/5-c; 9/1; 11/1-a/b; 18/3; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Fatma GÜDER-Ulaş İleti** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde belirtilen hususlara ilişkin olarak, **69.086 TL (Altmışdokuzbinseksenaltı Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**162)**

**Dosya No: 2020/5213**

**Şikayet Edilen: Betek Boya ve Kimya San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2017-2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon, radyo, gazete, afiş

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli mecralarda reklam ve tanıtımların gerçekleştirildiği ve söz konusu tanıtımların yayımının 08.12.2020 tarihi itibariyle çeşitli sosyal medya siteleri üzerinden devam ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yürütülen inceleme neticesinde, incelemeye konu reklam ve tanıtımlarda ısı yalıtımının standartlara uygun bir şekilde yapıldığı takdirde başarılı olacağı ve kaliteli malzeme kullanılması gerektiği hususları üzerinde durulduğu, sektörde yer alan diğer firmaların kötülenmesine yönelik kesin bir ifadeye rastlanmadığı, ilgili tanıtımlarda yer verilen sayısal ifadelerin ve üstün teknoloji kullanıldığına yönelik iddiaların firma tarafından kanıtlandığı değerlendirilmiş olup,

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

**163)**

**Dosya No: 2020/5788**

**Şikayet Edilen: Maintec Marka End. Mak. ve Tek. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "MAINTEC" kullanıcı adı ile 12.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden 3M markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "N95 9161E FFP1 Ventilli Solunum Maskesi" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Maintec Marka End. Mak. ve Tek. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**164)**

**Dosya No: 2020/5789**

**Şikayet Edilen: Yunus BAŞLI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği ve ürün açıklamalarında "Dräger X-plore® 1510 virüs maskesi, virüslere ince tozlara, ...karşı etkin koruma sağlayan...Drager 1510 ffp1 sınıfı virüs maskesi modelidir" şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "türkteknoloji" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden Drager markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "N95 FFP1 Yüksek Koruma Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılması ile

ürün açıklamalarında "Dräger X-plore® 1510 virüs maskesi, virüslere ince tozlara, ...karşı etkin koruma sağlayan... Drager 1510 ffp1 sınıfı virüs maskesi modelidir" şeklindeki ifadelere yer verilmesi suretiyle ürünün niteliği konusunda aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte bilgi verildiği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Yunus BAŞLI** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**165)**

**Dosya No: 2020/5790**

**Şikayet Edilen: Serkan TURAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "turayticaret" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden Temsan markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "N95 Ventilli FFP1 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Serkan TURAN** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**166)**

**Dosya No: 2020/5791**

**Şikayet Edilen: Tem-Teknik End. Malz. Tıbbi Cihazlar Bilg. Dona. Oto. Halı Mob. Ev Teks. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından " teknikendüstriyel" kullanıcı adı ile 12.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden 3M markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, " 3M Solunum Maskesi FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Tem-Teknik End. Malz. Tıbbi Cihazlar Bilg. Dona. Oto. Halı Mob. Ev Teks. İnş. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**167)**

**Dosya No: 2020/5792**

**Şikayet Edilen: Burak YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "sorvipotedarik" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden 3M markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "3M 9312 N95 FFP1 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Burak YILDIZ** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**168)**

**Dosya No: 2020/5793**

**Şikayet Edilen: Sedef Paz. Dış Tic. ve Teks. San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "sedefpazarlama" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden maske ürününe ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "Ventilli FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Sedef Paz. Dış Tic. ve Teks. San. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**169)**

**Dosya No: 2020/5794**

**Şikayet Edilen: Mustafa BAŞLI**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği ve ürün açıklamalarında "Dräger X-plore® 1510 virüs maskesi, virüslere ince tozlara, ...karşı etkin koruma sağlayan... Drager 1510 ffp1 sınıfı virüs maskesi modelidir" şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "mudo" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden Drager markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "N95 FFP1 Yüksek Koruma Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılması ile

ürün açıklamalarında "Dräger X-plore® 1510 virüs maskesi, virüslere ince tozlara, ...karşı etkin koruma sağlayan... Drager 1510 ffp1 sınıfı virüs maskesi modelidir" şeklindeki ifadelere yer verilmesi suretiyle ürünün niteliği konusunda aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte bilgi verildiği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Mustafa BAŞLI** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**170)**

**Dosya No: 2020/5795**

**Şikayet Edilen: Engin DÜZENLİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "makaraişekipmanları" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden çeşitli markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Engin DÜZENLİ** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**171)**

**Dosya No: 2020/5796**

**Şikayet Edilen: Ali KARAKAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "zümeral" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden Temsan markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ali KARAKAŞ** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**172)**

**Dosya No: 2020/5797**

**Şikayet Edilen: Eşref KAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "Yelkovan Akrep AVM" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden EGE markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Eşref KAN** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**173)**

**Dosya No: 2020/5798**

**Şikayet Edilen: Fliqa İş Ekipmanları San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "Fliqa İş Ekipmanları" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden 3M markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Fliqa İş Ekipmanları San. ve Tic. A.Ş.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**174)**

**Dosya No: 2020/5799**

**Şikayet Edilen: Prizmanet Medikal San. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "Prizmanet" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden Temsan markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Prizmanet Medikal San. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**175)**

**Dosya No: 2020/5800**

**Şikayet Edilen: Abdurrahman ERBAHÇECİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "Çözer Sağlık İş Güvenliği" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden Drager markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske"ve "N95 Nedir?" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Abdurrahman ERBAHÇECİ** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**176)**

**Dosya No: 2020/5801**

**Şikayet Edilen: Şevket APAYDIN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "Apaydın İş Güvenlik" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesi üzerinden 3M markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Şevket APAYDIN** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**177)**

**Dosya No: 2020/5802**

**Şikayet Edilen: Sertsan Taban San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "Ayakkabı Magazam" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden Temsan markalı maske ürününe ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "Ventilli FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Sertsan Taban San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**178)**

**Dosya No: 2020/5803**

**Şikayet Edilen: Emek Tur. İnş. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "emeksanyapı" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden 3M markalı maske ürününe ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "Ventilli FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Emek Tur. İnş. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**179)**

**Dosya No: 2020/5804**

**Şikayet Edilen: Reyhan ÇAMURLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "Hardtürk" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) ve [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet siteleri adresli internet sitesi üzerinden Honeywell markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Reyhan ÇAMURLU** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**180)**

**Dosya No: 2020/5805**

**Şikayet Edilen: Akay Gıda İlet. Akaryakıt Oto. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, firma tarafından "hepsial" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden 3M markalı maske ürününe ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, " Dex Alkol Bazlı El Temizleme Jeli+N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup,

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Akay Gıda İlet. Akaryakıt Oto. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**181)**

**Dosya No: 2020/5806**

**Şikayet Edilen: Hale Çelik HEKİM**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından satışa sunulan maske ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, şahıs tarafından "ahşapkeyfi" kullanıcı adı ile 08.01.2021 tarihinde [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesi üzerinden Drager markalı maskelere ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, "FFP1 N95 Maske" ifadesine yer verildiği ancak N95 ifadesinin Amerikan Ulusal Standartlarına göre belirlenen ve havadaki partiküllerin en az %95'ini filtreleyen bir solunum koruyucu tipini ifade ederken FFP1 ifadesinin TSE 149 En + A1 standartı ile belirlenen ve havadaki partiküllerin %80'ini filtreleyen bir koruyucu tipini ifade ettiği, bu anlamda her iki ifadenin bir arada kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve 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-a, 7/6, 8/c-ç; 9/1; 28/1; 29/1, 29/2-a; 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Hale Çelik HEKİM** hakkında; söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

1**82)**

**Dosya No: 2020/1323**

**Şikayet Edilen: IF Girişim ve Teknoloji A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://bloomandfresh.com/ adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yayınlanan fiyat bilgisi içeren reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://bloomandfresh.com/ adresli internet sitesinin 18.02.2021 tarihli görünümünde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, tüketicilerin bilgisine sunulan fiyatların, “Ürün fiyatı+KDV” şeklinde katma değer vergisi dahil edilmeden belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: https://bloomandfresh.com/ adresli internet sitesinin 18.02.2021 tarihli görünümünde satışı gerçekleştirilen muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda, tüketicilerin bilgisine sunulan fiyatların, mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam satış fiyatı olması gerektiği halde, katma değer vergisi dahil edilmeden satış fiyatının belirtilmesi nedeniyle, söz konusu ürünlerin ödenecek gerçek toplam fiyatı hakkında tüketicilerin eksik bilgilendirildiği;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9 ve 13 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**183)**

**Dosya No:** **2020/2907**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** www.migros.com.tr adresli internet sitesinde ve sanal market uygulaması üzerinden satışı gerçekleştirilen *“Oral-B Pro 500 Şarj Edilebilir Diş Fırçası Cross Action”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Oral-B Pro 500 Şarj Edilebilir Diş Fırçası Cross Action”* adlı ürünün, www.migros.com.tr adresli internet sitesinde ve sanal market uygulaması üzerinden 01.04.2020 tarihinde tüketicilere sunulduğu; inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından bahsi geçen ürünün satın alındığı; ancak, ürünün stoklarda bulunmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar**: Oral-B Pro 500 Şarj Edilebilir Diş Fırçası Cross Action” adlı ürünün, www.migros.com.tr adresli internet sitesinde ve sanal market uygulaması üzerinden 01.04.2020 tarihinde tüketicilere sunulduğu; inceleme konusu reklamlara istinaden başvuru sahibi tüketici tarafından bahsi geçen ürünün satın alındığı; ancak, ürünün stoklarda bulunmadığı gerekçesiyle siparişin iptal edildiği;

Buna göre; fiyat bilgisi içeren reklamlarda, fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarının reklamlarda açıkça belirtilmesi gerektiği; “Oral-B Pro 500 Şarj Edilebilir Diş Fırçası Cross Action” adlı ürünün stoklarınızda bulunmamasına rağmen; stoklarda bulunduğu yönünde tanıtım yapılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9, 13, 14, 28, 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**184)**

**Dosya No:** **2020/5200**

**Şikayet Edilen: Şikayetvar Bilişim A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sikayetvar.com adresli internet sitesinde Samtotech Mühendislik A.Ş. 'ye ait "Bionette" markalı ürünlere ilişkin yapılan tüketici şikayetleri.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2021

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sikayetvar.com adresli internet sitesinin 18.01.2021 tarihli görünümünde, Samtotech Mühendislik A.Ş. 'ye ait "Bionette" markasına ilişkin başlığa yer verildiği; söz konusu başlığın altında, alerjik rinit tedavi cihazı adlı ürüne ilişkin çeşitli tüketici şikayetlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Bununla birlikte, başvuru sahibi tarafından, bahsi geçen ürüne ilişkin yapılan tüketici şikayetleri içerisinde, Tüketici Hakem Heyetlerince hakkında firma lehine karar verilmiş olan tüketici işlemlerine yönelik şikayetler ile bahsi geçen firma tarafından sunulmayan “Bionet” markalı internet hizmetine ilişkin tüketici şikayetinin yer aldığına ilişkin bilgi ve belgeler sunulmuştur.

**Değerlendirme/Karar**: www.sikayetvar.com adresli internet sitesinin 18.01.2021 tarihli görünümünde, Samtotech Mühendislik A.Ş. 'ye ait "Bionette" markasına ilişkin açılan başlığın altında, muhtelif tüketici şikayetlerine yer verildiği; söz konusu tüketici şikayetleri içerisinde, adı geçen firma tarafından satışı gerçekleştirilen alerjik rinit tedavi cihazı ile ilgisi bulunmayan mal ve hizmetlere ilişkin tüketici yorumu ile Tüketici Hakem Heyetleri tarafından hakkında firma lehine karar verilmiş olan tüketici işlemlerine yönelik yorumların da bulunduğu;

Buna göre, inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlarda yer alan gerçeği yansıtmayan bu tüketici şikayetlerinin yayınlanmasının tüketicilerin doğru bilgiye sahip olmasını engellemesi nedeniyle yanıltıcı ve aldatıcı olduğu;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9 ve 11 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**185)**

**Dosya No:** **2021/1213**

**Şikayet Edilen: Gitti Gidiyor Bilgi Tekn. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif mecralarda yayınlanan, “Süper Cuma-26-27 Kasım” başlıklı tanıtımlar kapsamında firmaya ait [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan “Vestel 43 108 Ekran uydu alıcılı fhd led tv (43f8500) 1.999 TL” ürüne ilişkin reklamlar.

**Mecra**: Televizyon

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Tespitler:**Firmaya ait “Süper Cuma-26-27 Kasım” başlıklı reklamlarda [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan ürün için “Vestel 43” 108 Ekran uydu alıcılı fhd led tv (43f8500) 1.999 TL” şeklinde tanıtım yapıldığı, herhangi bir indirimden bahsedilmediği, indirim oranı, indirimden önceki fiyat ve herhangi bir stok miktarına yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait “Süper Cuma-26-27 Kasım” başlıklı reklamlar kapsamında, [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinde satışa sunulan ürün için “Vestel 43” 108 Ekran uydu alıcılı fhd led tv (43f8500) 1.999 TL” şeklinde tanıtım yapıldığı, söz konusu tanıtımlarda anlam karışıklığına neden olacak herhangi bir indirimli fiyata ya da ikinci bir fiyata yer verilmediği, stoklarla sınırlı olarak satılmadığı için stok bilgisine de yer verilmediği, söz konusu ürünün kampanya öncesinde hiç satılmadığı, tüketicilere yapılan satışların da söz konusu reklamdaki fiyattan gerçekleştiğinin ispatlandığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**186)**

**Dosya No: 2021/1215**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesiyle ilgili olarak çeşitli mecralarda yayınlanan, “12 Kasım-15 Kasım 2020 tarihleri arasını kapsayan 300 TL alışverişe 100 TL hediye çekine” ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2020

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet-Diğer/Çeşitli

**Tespitler:** Firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinin “12-15 Kasım 2020 tarihleri arasını kapsayan 300 TL alışverişe 100 TL hediye çeki” şeklinde bir kampanya yaptığı, kampanya şartlarına göre tüketicilerin 100 TL kazanabilmesi için alışverişin Trendyol cüzdan aracılığıyla yapılması ve cüzdan bakiyesinin en az sepet tutarı kadar ve 300 TL olması gerektiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinin “12-15 Kasım 2020 tarihi arasını kapsayan 300 TL alışverişe 100 TL hediye çeki” kampanyasını yaptığı, ancak tüketicin kampanya şartlarını sağlamadığı için hediye çekini kazanamadığı, söz konusu durumun da firma tarafından tüketicinin cüzdan hesabına ilişkin log kayıtları aracılığıyla ispatlandığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**187)**

**Dosya No: 2021/1219**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından, [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) internet sitesiyle ilgili olarak çeşitli mecralarda yayınlanan “Büyük Ekim Kampanyası” başlıklı reklamlar.

**Mecra:** İnternet-Diğer/Çeşitli

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2020

**Tespitler:** Firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinin “Büyük Ekim Kampanyası” başlıklı bir tanıtım yaptığı, kampanya şartlarında “Kampanya başlamadan çekilen veya kullanılan bakiyeleriniz kampanyaya dahil edilmeyecektir. Kampanya 6 Ekim tarihinde başlayacaktır.” şeklinde ifadelerin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinin “Büyük Ekim Kampanyası” başlıklı reklamlarda, 5 Ekim 2020 tarihine kadar Trendyol cüzdan hesabına 300 TL yatıran tüketicilere 30 TL hediye para verileceği şeklinde tanıtım yaptığı, ancak tüketicin kampanya şartlarını sağlamadığı için hediye parayı kazanamadığı, söz konusu durumun da firma tarafından tüketicinin cüzdan hesabına ilişkin log kayıtları aracılığıyla ispatlandığı değerlendirilmiş olup anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**188)**

**Dosya No:** **2021/1222**

**Şikayet Edilen: TGM Toptan Gıda Market/Ahmet BAYRAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait 7 Ocak-31 Ocak 2021 tarihleri arasını kapsayan “Hem Etikette Hem Kasada Kazan” başlıklı reklam afişleri.

**Mecra:** Afiş

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2021

**Tespitler:** Firmaya ait, 7 Ocak-31 Ocak 2021 tarihleri arasını kapsayan “Hem Etikette Hem Kasada Kazan” başlıklı afişlerde, 100 TL’lik alışverişe 10 TL, 250 TL’lik alışverişe 30 TL, 400 TL’lik alışverişe 50 TL ve 750 TL’lik alışverişe 100 TL hediye çeki verileceğine ilişkin bilgiler ve kampanya çeklerinin 1 Şubat-14 Şubat 2021 tarihleri arasında kullanabileceği bilgisi yer almakla birlikte kampanya koşullarına ilişkin herhangi bir ifade bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait“Hem Etikette Hem Kasada Kazan” başlıklı reklam afişlerinde, firmadan belirli miktarlarda alışveriş yapılması karşılığında müşterilere çeşitli miktarlarda hediye çekleri verileceğinin ve kazanılan hediye çeklerinin 1-15 Şubat 2021 tarihleri arasında kullanılabileceğinin belirtilmesine rağmen; söz konusu çeklerin kullanım şartlarının afişlerde yer almaması ve hediye çeklerinin yalnızca hediye çeki miktarının iki katı olan alışverişlerde kullanılabilmesi nedeniyle söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 15, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **TGM Toptan Gıda Market/Ahmet BAYRAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**HAKSIZ TİCARİ UYGULAMALAR**

**189)**

**Dosya No: 2021/1223**

**Şikayet Edilen: Süper Linyit Madencilik İnşaat ve Nakliyecilik Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Süper Linyit" markalı "torbalı kömür" ürünlerine ilişkin ticari uygulamalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2020

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Haksız Ticari Uygulama

**Tespitler:** Adı geçen ürüne ilişkin tüketici başvurusu üzerine 29.01.2021 tarihinde Konya Ticaret İl Müdürlüğü tarafından söz konusu firma merkezinde gerçekleştirilen yerinde inceleme kapsamında, 25 kg’lık mavi, beyaz ve kırmızı kömür torbalarından numuneler alındığı ve 25 kg’lık mavi torba içinde 596 gr taş bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda; "Süper Linyit" markalı "torbalı kömür" ürünlerine ilişkin ticari uygulamalara ilişkin olarak, Adana Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü ve Konya Büyükşehir Belediye Başkanlığı tarafından sırasıyla 02.03.2021 ve 05.03.2021 tarihlerinde yapılan denetimlerden elde edilen sonuçların firma tarafından öne sürülen görüşleri ispatlayıcı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup

Söz konusu ticari uygulamaların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ve ilgili Yönetmeliğe **aykırı olmadığına**karar verilmiştir.

**4) Diğer Konuların Görüşülmesi**

**4.1)**

**Dosya No: 2020/4768**

Reklam Kurulu’nun 09.02.2021 tarih ve 306 sayılı toplantısında www.turkcell.com.tr/pasaj/cep-telefonu/android-telefonlar/samsung-galaxy-a71 adresli internet sitesinde yayınlanan "Samsung Galaxy A71" başlıklı reklamlara ilişkin olarak Turkcell İletişim Hiz. A.Ş. hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca 104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanmıştır. Anılan firma tarafından idari para ve durdurma cezalarına ilişkin yapılan başvuruda muhtelif gerekçelerle Reklam Kurulu kararına ilişkin itirazda bulunulmuştur. Buna göre, söz konusu idari yaptırımın gerekçelerinden bir olan kampanyalı ürünün satışa sunulan bir önceki fiyatının 4.999 TL olduğunun ispatlanamadığı hususunda, Kurul’a anılan fiyattan satış yapıldığına dair imzalı fatura örneği sunulmuştur. Ayrıca, taksit tutarına yer verilerek satışa sunulan ürünün toplam satış tutarının da reklamlarda yer alması zorunluluğuna ilişkin olarak anılan reklamlarda yer alan satışın finansman kredisi aracılığıyla sağlandığı, bu sebeple söz konusu ürünün taksitli satış olarak değerlendirilemeyeceği ifade edilmiştir. Bu bilgiler ışığında, **Reklam Kurulu'nun 13.04.2021 tarih ve 308 sayılı toplantısında anılan reklamlara ilişkin yapılan incelemeler sonucunda muhatap firma hakkında uygulanan söz konusu idari işlemin geri alınmasına** karar verilmiştir.

**4.2)**

**Dosya No: 2021/1206**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** "Türk Telekom 81 İlde, Milyonlarca Evde"başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2021

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler**: "Türk Telekom 81 İlde, Milyonlarca Evde" başlıklı reklam filminde "*Kenan Abi ben çok heyecanlıyım sen hazırsın di mi? Hazırım, hazırım merak etme. (...) Değerli anlar hep yaşansın diye her an aşkla çalışan bir Türk Telekom var. 81 ilde milyonlarca evde Türkiye'nin lider interneti Türk Telekom var. Türk Telekom değerli hissettirir."* ifadelerine ve reklam içeriğinde yer alan amblemde "*Türkiye'nin Lider İnterneti"* ifadesineyer verildiği, diğer taraftan reklam filminde akan alt yazıda *"BTK 2020 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu'na göre, TTNET A.Ş. abone sayısında lider sabit internet işletmecisidir. Ayrıntılar için www.turktelekom.com.tr"* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemeler sonucunda, "Türk Telekom 81 İlde, Milyonlarca Evde" başlıklı reklam filminde "*Kenan Abi ben çok heyecanlıyım sen hazırsın di mi? Hazırım, hazırım merak etme. (...) Değerli anlar hep yaşansın diye her an aşkla çalışan bir Türk Telekom var. 81 ilde milyonlarca evde Türkiye'nin lider interneti Türk Telekom var. Türk Telekom değerli hissettirir."* ifadelerine ve reklam içeriğinde yer alan amblemde "*Türkiye'nin Lider İnterneti"* ifadesineyer verildiği, diğer taraftan reklam filminde akan alt yazıda *"BTK 2020 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu'na göre, TTNET A.Ş. abone sayısında lider sabit internet işletmecisidir. Ayrıntılar için www.turktelekom.com.tr"* ifadelerinin yer aldığı,

Bu kapsamda, internet servis sağlayıcıları tarafından sunulan internet dışında, mobil operatörler tarafından sağlanan internet hizmetinin de ülke genelinde evler dahil diğer alanlarda da kullanılabilir olduğu göz önünde bulundurularak bahsi geçen reklam filminde yer alan cep telefonu, bilgisayar ve tablet üzerinden gerçekleştirilen görüşmelerin mobil hat interneti üzerinden gerçekleştirilmiş olabileceği, bu sebeple anılan reklamlarda yer verilen "Türkiye'nin Lider İnterneti" ifadesinin tüketiciler nezdinde genişbant internet pazarında liderlik olarak algılanabileceği,

Öte yandan, ana vaatte yer alan "Türkiye'nin Lider İnterneti" ifadesinin aynı reklam içeriğindeki alt yazı aracılığıyla anılan firma bünyesindeki TTNET A.Ş.'nin abone sayısında lider sabit internet işletmecisi olduğu açıklaması ile sınırlandırılarak ana vaat istisna uyumsuzluğu oluşturulduğu değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Türk Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, söz konusu tanıtımlar ile ilgili olarak, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **3 (üç) ay süreyle tedbiren durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4.3)**

**Dosya No: 2020/3088**

Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarih ve 307 sayılı toplantısında [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde satışa sunulan "Xbox one siyah kablosuz kumanda" isimli ürüne ilişkin yapılan ticari uygulamaya yönelik olarak **Teknosa Dış Ticaret A.Ş.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **104.781-TL (Yüzdörtbinyediyüzseksenbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** uygulanmıştır. Anılan firma tarafından idari para ve durdurma cezalarına ilişkin Reklam Kurulu kararına ilişkin itirazda bulunulmuştur. Buna göre, söz konusu idari yaptırımın gerekçelerinden biri olan başvuru sahibi tüketicinin anılan ürünü 419TL’den satın alamadığı hususunda, ürünün tedarik edilmesi neticesinde tüketici memnuniyeti kapsamında 30.05.2020 tarihinde tüketiciye ürünün aynı fiyattan satıldığına dair fatura örneği sunulmuştur. Ancak ürünün stokta bulunmadığı gerekçesiyle tüketicinin 30.04.2020 tarihli siparişinin 04.05.2020 tarihinde iptal edilerek 06.05.2020 tarihinde 619TL’den yeniden satışa sunulması hususundaki aykırılık devam etmektedir. Bu bilgiler ışığında, firma hakkında uygulanan "anılan reklamların durdurulması ve idari para cezası uygulanması" işlemine ilişkin **idari para cezasının kaldırılmasına,** 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/13 üncü maddeleri uyarınca firma hakkında uygulanan **anılan reklamları** **durdurma cezası işleminin devamına** karar verilmiştir.

**4.4)**

**Dosya No: 2020/874**

Azaderm Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Akif Mehmetoğlu Polikliniği) unvanlı kuruluşa aitwww.akmpoliklinik.com adresli internet sitesi ile www.facebook.com ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitelerinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırı olması nedeniyle, Reklam Kurulunun 09.03.2021 tarih ve 307 sayılı toplantısında verilen idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları kararına ilişkin olarak firma tarafından yapılan **itirazın reddine** karar verilmiştir.

**4.5)**

**Dosya No: 2020/1669**

Hayat Kimya Sanayi A.Ş. unvanlı firmaya ait “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ilişkin ambalaj üzerinde yer alan tanıtımlar hakkında Reklam Kurulu’nun 09.03.2021 tarih ve 307 sayılı toplantısında verilen anılan reklamları durdurma cezaları uygulanması kararına karşı yapılan itiraz başvurusunun değerlendirilmesi sonucunda;

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İspat Külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinin *“(2) Reklamlarda yer alan doğrulanabilir olgularla ilgili tanımlamalar, iddialar ya da* *örnekli anlatımlar; bilimsel geçerliliği olan bilgi ve belgelerle kanıtlanmak zorundadır. Gerek görülen* *hallerde üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite ya da bağımsız araştırma, test ve* *değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgeler istenir.”* hükmüne istinaden “Bingo Oxyjen Nefes Aldıran Hijyen Hipoalerjenik Toz Deterjan ve Sıvı Deterjan” isimli deterjan ürünlerine ilişkin ambalajlar üzerinde “\*Diğer toz/sıvı deterjanımıza göre” açıklaması ile yer verilen “3 kata kadar leke temizleme gücü\*”iddialarının Yönetmeliğin anılan maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde ispatlanması gerektiği değerlendirilmiş olup, konu ile ilgili olarak ilave bilgi ve belge temin edilmesi istemiyle, **dosyanın ertelenmesine** karar verilmiştir.