

# REKLAM HUKUKU BÜLTENİ

2023  
Nisan

# REKLAM KURULU KARARLARI SERİSİ - 7

Reklam Kurulu Başkanlığı ("**Kurul**") tarafından 08.11.2022 tarihinde yapılan 327, 13.12.2022 tarihinde yapılan 328, 10.01.2023 tarihinde yapılan 329 ve 14.02.2023 tarihinde yapılan 330 sayılı Kurul toplantıları kapsamında önemli noktalara işaret eden kararları aşağıda bulabilirsiniz:

## ► Influencer Kararı – "Guess"

**Şikâyet Edilen Reklam:** Influencer'a ait Instagram hesabından yayınlanan paylaşımlar.

**Değerlendirme ve Karar:** Kurul tarafından 2022/4781 sayılı dosyada; Influencer'a ait Instagram hesabından yapılan paylaşımda; "Ciao din din here #destinationguess @guess #davat" ifadelerine ve fotoğraf üzerinde "@guess", " @marciano" etiketlerine yer verildiği, aynı gün yapılan bir diğer paylaşımda; "Welcome to @guess beach #DestinationGuess #Sicily #davat" ifadesine yer verilerek fotoğraf üzerinde "Guess" markasının sosyal medya hesabının etiketlendiği, aynı gün yapılan bir başka paylaşımda "Last dinner with my @guess fam #LoveGuess #davat" ifadelerine yer verilerek fotoğrafta kıyafetin üzerine gelecek şekilde "@guess" markasının etiketlendiği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda söz konusu paylaşımlarda herhangi bir reklam ibaresine yer verilmediği ve "Guess" markasının örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup **Influencer hakkında, 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

## ► "Cillit Bang" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** Uluslararası bir temizlik ürünleri üreticisinin "Cillit Bang Dezenfektan Banyo Temizleyicisi" ve "Cillit Bang Dezenfektan Mutfak Temizleyicisi" isimli ürünlere ilişkin ürün ambalajlarında ve muhtelif televizyon kanallarında yer alan tanıtımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/4832 sayılı dosyada yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu "Cillit Bang Dezenfektan Banyo Temizleyicisi" isimli ürüne ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda yer verilen;

"Sıradan çamaşır suyuna göre 3 kat daha etkili." ifadelerinin, "Cillit Bang Dezenfektan Mutfak Temizleyicisi" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; "Sıradan çamaşır suyuna göre %50 daha etkili." ifadelerinin ispatına

ilişkin olarak sunulan belgelerde piyasada birden çok sıradan çamaşır suyu olarak ifade edilen ürün yer almasına rağmen sadece bir adet sıradan çamaşır suyu niteliğinde ürünle karşılaştırma yapıldığı dolayısıyla bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

•Bununla birlikte, bahse konu reklamlarda yer alan; "%100 leke çıkarma gücü." şeklindeki ifadelerin ispatına ilişkin olarak sunulan bilgi ve belgelerin söz konusu iddiaları desteklemede yetersiz kaldığı değerlendirilmiş olup,

**Reklam veren şirket hakkında 622.853 TL idari para cezası ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

## ► "A101" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** "A101 Kapıda" uygulamasında satışa sunulan "Bionet Klozet Blok 2'li" isimli ürün tanıtımları.

**Değerlendirme ve Karar:** 2022/2181 sayılı dosyada Kurul tarafından; "A101 Kapıda" uygulamasında satışa sunulan "Bionet Klozet Blok 2'li" isimli ürün tanıtımlarında, "Bionet Klozet Blok Çeşitleri 2 adet. 12.5 TL" ifadeleri ile içerisinde iki adet klozet bloğu bulunan iki adet ürün paketi görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda, "A101 Kapıda" uygulamasında satışa sunulan "Bionet Klozet Blok 2'li" isimli ürün tanıtımlarında; "Bionet Klozet Blok Çeşitleri 2 adet. 12.5 TL" ifadeleri ile içerisinde iki adet klozet bloğu bulunan iki adet ürün paketi görseline yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünün iki paket olarak 12.5 TL fiyatla satışa sunulduğu algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup reklam veren şirket hakkında, 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

## ► "Omo" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** "Omo" markalı deterjan ürünlerine ilişkin "Doğaya Daha Duyarlı" ibareli tanıtımlar. Değerlendirme ve Karar: 2022/4415 sayılı dosyada Kurul tarafından yapılan incelemede;

•Reklam Veren şirketin internet sitesinde; "Doğaya Daha Duyarlı Çamaşır Ürünleri. Doğada çözünebilir



içeriklerle en zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkarıyor, %25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilen şişelerimiz ile ortalama 70 ton saf plastik üretiminin önüne geçmeyi hedefliyoruz. En zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkarır. Doğada çözünebilir içerikler %100 geri dönüştürülebilir ambalaj %25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiştir. En zorlu lekelerde etkili, doğaya daha duyarlı! Plastik ayak izimizi azaltmaya devam ediyoruz. %100 geri dönüştürülebilir olan 1950 ml şişelerimizi şimdi %25 geri dönüştürülmüş plastikten üreterek tonlarca plastiğin sifirdan üretilmesinin önüne geçiyor, yarınımıza bugünden dokunuyoruz! Hedefimiz 2039 yılına kadar net sıfır emisyonla ulaşmak! Paris Anlaşması ile belirlenen 2050 yılından önce, 2039 yılına kadar net sıfır emisyonla ulaşmayı hedefliyoruz. Ürünlerimizin üretim, paketlenme, taşıma ve atık süreçlerini değiştirerek karbon ayak izimizi azaltıyoruz. Üretimden kaçınmayacağımız sera gazı emisyonlarını da telafi edeceğiz. Ürünlerimizin bileşenlerinin çoğu yüksek oranda doğada çözünebilir içeriklerden oluşmakta ve hedefimiz bunu %100 yapmak. Sera gazı emisyonlarımızı azaltmak için şimdiden çok çalışıyoruz. Eylül 2019'dan beri beş kıtadaki tüm üretim operasyonlarımızda %100 yenilenebilir şebeke elektriği kullanıyoruz. Şişelerimizde %25\* geri dönüştürülmüş plastik kullanıyoruz. Böylece ürünlerimizden kaynaklanan sera gazı miktarını da azaltmış oluyoruz. Beyaz şişelerde kapak & etiket hariç." şeklinde,

▪Reklam Veren'in Instagram hesabında; "En Zorlu Lekelerde Etkili. Doğaya Daha Duyarlı. Doğada Çözünebilir İçeriklerle En Zorlu Lekeleri İlk Yıkamada Çıkarır." şeklinde ifadeler yer verildiği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda; inceleme konusu reklamlarda "Omo" markalı deterjan ürünlerine ilişkin olarak kullanılan "Doğada Çözünebilir İçerikler", "%25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilmiştir. (...) %25 geri dönüştürülmüş plastikten üretilen şişelerimiz ile, ortalama 70 ton saf plastik üretiminin önüne geçmeyi hedefliyoruz." ve "%100 Geri dönüştürülebilir ambalaj" şeklindeki "çevreye ilişkin beyan" niteliğindeki iddia ve teknik gösterimlerin akredite olmuş veya akademik kuruluşlarca kabul görmüş bilimsel çalışmalara dayalı olarak ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin "İspat külfeti" başlıklı 9 uncu maddesinde yer alan esaslar çerçevesinde üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite bağımsız araştırma, test ve değerlendirme kuruluşlarından alınmış bilgi ve belgelerle ispatlanamadığı, Bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda yer alan "En

zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkarır" iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan çalışmaların; "Omo" markalı tüm deterjan ürünlerinin en zorlu lekeleri ilk yıkamada çıkardığı iddiasını desteklemede yetersiz kaldığı,

Diğer taraftan, "Doğaya Daha Duyarlı" şeklinde karşılaştırma niteliğindeki çevresel beyan ile "Omo" markalı önceki ürünlerle mi yoksa rakiplerinin ürünleriyle mi karşılaştırma yapıldığının açıkça belirtilmediği ve "Omo" markalı deterjanların yaşam döngüsünün tümü veya bir bölümü boyunca genel çevresel etkisini karşılaştırmalı olarak ispatlar nitelikte çalışmaların sunulmadığı değerlendirilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

#### ► "By Hanova Güzellik" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** Güzellik salonuna ait Instagram hesabında yayımlanan tanıtımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2021/1571 sayılı dosyada, inceleme konusu tanıtımların Instagram'daki görünümünde örnek olarak, "Microblading (kalıcı makyaj), dudak pigmentasyonu, pudralama tekniği, dudak renklendirme" gibi işlemlerin isimlerinin sayıldığı, yine ilgili internet adresinde "Sevgili bayanlar! Ocak ayının sonu dudak renklendirme de büyük dev indirim. Şimdiden randevu oluşturun yerlerinizi ayırtın..." gibi kampanya bilgilerine yer verildiği ve ayrıca kuruluşun ismiyle tanıtılarak bir "güzellik salonu" olarak faaliyet gösterildiği yönünde izlenim oluşturulduğu tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda, gerek güzellik salonu gerekse herhangi bir sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmamış olan firmaya ait iş yerinin inceleme konusu sosyal medya tanıtımlarının, kamu sağlığını bozucu, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu değerlendirilmiş olup **reklam veren şirket hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

#### ► "Alchem Europe" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** "Pharmatic Sağlık" dergisinde yayımlanan "Arthoqule" adlı gıda takviyesi ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2021/1877 sayılı

dosyada, "Pharmatic Sağlık" dergisinin İlkbahar 2022 dönemine ait 52. sayısında "Arthoqule" adlı takviye edici gıdanın "Kıkırdak sağlığını destekler" ifadesi ve diz üzerine vurgu yapılarak tanıtıldığı tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görselin birer sağlık beyanı olduğu, 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, bir ürüne ilişkin olarak herhangi bir sağlık beyanında bulunabilmesi için ilgili idari otoriteden izin alınması gerektiği, kullanılan bu beyanlar için ilgili otoriteden izin alınmadığından söz konusu beyanların doğruluğunun bilimsel olarak ispat edilmiş sayılamayacağına gerçeği yansıtmadığı ve dolayısıyla doğruluğu bilimsel olarak ispat edilmemiş bu beyanlarla tüketicilerin aldatılıp yanıltıldığı değerlendirilmiş olup, reklam veren şirket hakkında 15.568 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

### ► Influencer Kararı – "ysl"

**Şikâyet Edilen Reklam:** Influencer'a ait Instagram hesabından yapılan paylaşımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/5738 sayılı dosyada, Influencer'ın;

•Instagram'daki hikâye paylaşımında farklı markaların Instagram hesaplarını etiketleyerek "@magnetquarterly X @yslbeauty x Rachel (moi) Başlıyoruz" ifadelerine ve etiketlerine yer verildiği,

•Instagram'daki video paylaşımında; "@ysl" markasının resmi hesabının etiketlendiği,

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

•Instagram'daki paylaşımında; fotoğraf üzerine "@koton",

"@mediacatfelis", "@me\_metaagency" etiketlerine yer verildiği, tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda, Influencer'a ait Instagram hesabından muhtelif tarihlerde yapılan ve detaylarına yer verilen paylaşımlarda anılan markalara ait sosyal medya hesaplarının etiketlenerek etiketleri tıklayan tüketicilerin yukarıda anılan mal veya hizmetlerin tanıtım ve pazarlaması yapılan kurumsal sosyal medya hesaplarına yönlendirildiği, ancak paylaşımlarda herhangi bir reklam, işbirliği ibaresine yer verilmediği bu suretle anılan ürün ve markalara yönlendirme yapmak suretiyle markaların örtülü reklamının yapıldığı değerlendirilmiş olup, buna göre, **Influencer hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

### ► "Köfteci Yusuf" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** "Trendyol Hızlı Market" uygulaması üzerinden yayımlanan "200 TL ve üzeri köfte ve sucuk alışverişine dana kavurma sepette 5 TL" temalı reklam ve tanıtımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2021/2634 sayılı dosyada, "Trendyol Hızlı Market" uygulaması üzerinden yayımlanan reklamda, "9-23 Haziran tarihleri arasında 200 TL ve üzeri köfte ve sucuk alışverişine dana kavurma sepette 5 TL" ifadelerine yer verildiği, "Kırmızı Et Köfte 500 Gr Map" adlı ürünün fiyatının 58 TL olarak, "Köfteci Yusuf Hesaplı Kasap Sucuk Dilimli 250 Gr" adlı ürünün fiyatının ise 36 TL olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda, bahse konu reklamlarda yer alan gramaj ve fiyat bilgisinin aksine tüketiciye reklamlarda beyan edilen gramajların altında ağırlıklarla eksik ürün teslimi yapıldığı ve bu suretle söz konusu reklamın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında, 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

### ► Müzik Klibinde Alkol Kullanımı Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** Şarkıcının Youtube kanalında 16 Eylül 2022 tarihinde yayınladığı klibinde yapılan "Efes Malt" alkollü içecek reklamı.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/4125 sayılı



dosyada, şarkıcıya ait YouTube kanalı tarafından yayınlanan video klipte, "Efes Malt Bira" markalı alkollü içeceğin, klbin kompozisyonu içerisinde muhtelif sahnelere birden çok kez yerleştirilerek klipte yer alan sanatçı tarafından alınıp içildiği ve sanatçının ürünü elinde taşıdığı görüntülere yer verildiği, bununla beraber inceleme konusu video klipte sahnede "Günün Her Saati Malt Saat" şeklinde ifadeleri içeren dekorların kullanıldığı ve arka planda yine yerde ve müzisyen kişilerin yanında "Efes Malt Bira" ürününün görüntüsüne yer verildiği, söz konusu klipte ürünün görüntüsünün yer aldığı anlarda kamera ile yakın çekim yapıp odaklanıldığı tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu klipte bilinçli bir şekilde izleyicilerin alkollü içecek markasına dikkatinin çekildiği, alkollü içeceğin görüldüğü sahnelerde kameranın yakın çekim yaparak sanatçının elinde taşıdığı şişeyi takip ettiği ve tüm sahnelerde mezkur içecek şişesinin ön yüzünün ve logosunun kameraya dönük olduğu, bu itibarla talep yaratıcı görüntü ve imalar kullanılarak mevzuat gereği yasak olmasına rağmen alkollü içecek ürünlerinin reklamının yapıldığı ve söz konusu reklam faaliyetinin örtülü bir biçimde gerçekleştirildiği, dolayısıyla bahse konu video klbin mevzuatla tüketicilere yönelik her türlü reklamı yasaklanmış olan alkollü içkilerin reklamını dolaylı yoldan yaptığı ve insan sağlığına zararlı ve bağımlılık yapıcı alkollü içki tüketiminin özendirilerek teşvik edildiği değerlendirilmiş olup, **mecra kuruluşu hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

#### ► "D-Market" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** www.hepsiburada.com adresli internet sitesi üzerinden gerçekleştirilen reklam ve tanıtımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2021/696 sayılı dosyada, Firma tarafından kampanya kapsamında "Wiz Wifi Renkli Ambiyans Akıllı Ampul", "Infoled 30 W Jumbo Torch Led Ampul", "Slazenger Ayakkabı", "CC Oyuncak Kartela Mekanik Becerileri Buldozer 64 Parça", "Baby Turco markalı bebek bezi ve ıslak mendil", "Finish Quantum Ultimate X2" adlı ürünlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, firmaya ait internet sitesinde yayınlanan "İkincisi 1 TL" başlıklı tanıtımlar kapsamında tanıtımı yapılan "Wiz Wifi Renkli Ambiyans Akıllı Ampul", "Infoled 30 W Jumbo Torch Led Ampul",

"Slazenger Ayakkabı", "CC Oyuncak Kartela Mekanik Becerileri Buldozer 64 Parça", "Baby Turco markalı bebek bezi ve ıslak mendil" adlı ürünlerin anılan internet sitesindeki kampanya dışı satış fiyatlarının ilgili kampanyaya göre daha düşük olduğu, diğer bir deyişle ikinci ürün 1 TL dahi olsa kampanya dışına söz konusu ürünlerin iki adetinin daha düşük bir fiyatla alınabildiği yönündeki iddialara ilişkin olarak Bakanlığa söz konusu ürünlerin fiyat değişimlerini ispatlayacak bilgi/belgeler ile ürünlerin stok miktarlarına ilişkin olarak herhangi bir açıklama sunulmadığı tespit edilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

#### ► "Getir Yemek" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** "Müdavim ile yedikçe 40 TL hediye" başlıklı reklam ve tanıtımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/4089 sayılı dosyada; "Getiryemek" isimli mobil uygulamada 2022 yılının Eylül ayında yer verilen reklam ve tanıtımlarda, "Müdavim ile yedikçe 40 TL Hediye. Detaylar için tıklayın" ifadelerine ve "Detaylar için tıklayın" sekmesine tıklanıldığında yönlendirilen "Duyuru Detayı" başlıklı sayfada "5 siparişe 1 sipariş hediye! Restoran Getirsin seçeneği bulunan seçili restoranlardan hediye siparişler sizi bekliyor!" şeklinde kampanyanın ana vaadine yer verildiği, sayfanın alt kısmında ise kampanya katılım koşullarının açıklandığı; kampanyanın ana vaadinin "Getiryemek'ten 5 siparişe 1 sipariş hediye" ve "Restoran Getirsin seçeneği bulunan seçili restoranlardan hediye siparişler sizi bekliyor!" olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

• Yapılan incelemeler sonucunda, kampanya ana vaadinde sunulan hediye sipariş hakkının, kampanya katılım koşullarında ana vaadin sağladığı avantajı tamamen ortadan kaldıracak ve ana vaatle uyumsuzluk ve çelişki içerecek şekilde "restoran indirim", "kazanılan indirim", "indirim tutarı" ve "indirimli sipariş kazanımı" şeklinde ifadelerle nitelendirildiği,

• "Bu kampanya kapsamında kazanacağınız indirim tutarı, vereceğiniz 5 siparişte ödeyeceğiniz toplam tutarın ortalaması kadar olup, bu tutar en fazla 40 TL olabilir." şeklindeki katılım şartıyla da hediye sipariş hakkı kapsamında sağlanan faydanın, sipariş bedelinin "Getiryemek" tarafından karşılanarak hediye edilmesi

şeklinde değil önceki 5 siparişte ödenen toplam tutarın ortalaması kadar olup bu tutarın da en fazla 40 TL ile sınırlandırıldığı,

•"Getiryemek" tarafından tüketicilere reklamlarda vaat edildiği şekilde yemek siparişi hediye edilmediği ancak 5 siparişin ardından verilen altıncı siparişin 40 TL indirimli olarak satın alınabildiği, Dolayısıyla söz konusu reklamın ulaştığı ortalama tüketicinin ekonomik davranış biçimini bozma ihtimali olduğu ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup, reklam veren şirket hakkında, 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.

### ►"Dünya Göz" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** www.youtube.com adresli internet sitesinde "Dünya Gözüyle Bugünleri De Gördük Ya..." ifadeleriyle yayımlanan reklamlar.

**Değerlendirme/Karar:** 2022/742 sayılı dosyada Kurul tarafından yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu reklamda,

•"Dünyanın 6 farklı kıtasına göz sağlığı ihraç ettiğimiz, 160 ülkeden yılda 110.000 hastaya hizmet vererek ülkemize döviz girdisi sağladığımız, 26 yılda 60.000.000'u aşkın başarılı tedaviyle Türkiye'de 'ilk', dünyada 'tek' olduğumuz, FDA onaylı teknolojimizle 500'ü aşkın tedavi işlemi sunup şifa verdiğimiz... Almanya, Hollanda, Azerbaycan gibi ülkelerde açtığımız göz hastanelerimizle, bulunduğu ülkelerin kamu ve özel sigorta şirketleri ile anlaşma yaparak, yine bulunduğu ülke ve komşu ülkelerin vatandaşlarına göz sağlığı hizmeti vererek dünyaya açıldığımız, Türkiye'nin 500 Büyük Hizmet İhracatçısı Başarı Belgesi ile ödüllendirilerek büyük gurur duyduğumuz bugünleri de gördük ya... Daha ne isteriz! Seninle birlikte büyüyoruz; teşekkürler Türkiye!" ifadelerine yer verildiği, söz konusu tanıtımda geçen ifadelerin, sağlık alanında söz konusu kuruluşun çalışmalarına ticari bir görünüm yükleyen, talep yaratıcı ve ilgili mevzuatta sağlık kuruluşlarına izin verilen bilgilendirme ve tanıtım sınırını aşan nitelikte olduğu ve ilgili mevzuat gereği yasak olan "reklam" niteliği taşıdığı değerlendirilmiş olup,

Buna göre, **reklam veren hastane hakkında, anılan reklamları durdurma cezası verilmesine,**

•Diğer taraftan, hastaneye ait internet sitesinde ve www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yayımlanan söz konusu kuruluşa ait tanıtımların yürürlükte bulunan mevzuata aykırı olduğu gerekçesiyle, Reklam Kurulu tarafından daha önce idari para ve anılan reklamları durdurma cezası verildiği, ancak söz konusu ceza kararının ardından mevzuata aykırı tanıtımlara devam edildiği göz önünde bulundurulurak,

Söz konusu tanıtımlar hakkında uygulanacak olan cezanın, **2022 yılı için düzenlenen idari para cezasının beş katı olarak (155.712 x 5)=778.560 TL uygulanmasına karar verilmiştir.**

### ►"E-Tuğra" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firma tarafından elektronik imza hizmetine ilişkin olarak gerçekleştirilen tanıtımlar

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/3770 sayılı dosyada, yürütülen inceleme neticesinde, firma tarafından belirlenen fiyatların rakip firmalar ile benzerlik gösterdiği, "E-tuğra'dan ilk defa e-imza alacaklara 31 ağustos 2022'ye kadar geçerli hoş geldin kampanyası başladı!" şeklinde ilan edilen kampanyanın yayımına devam edildiği ve firma tarafından indirimli satış kampanyası düzenlendiği tespit edilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda;

•Firma tarafından gerek www.google.com adresli gerekse de firmaya ait https://eimza.e-tugra.com.tr/ adresli internet siteleri üzerinden "En ucuz fiyatla online başvuru", "En ucuz fiyat" şeklinde tanıtımlarda bulunulmasına karşın internet sitesindeki fiyatların rakipler ile benzer fiyat aralığında olduğu, bu bağlamda "en ucuz" iddiasını destekleyecek bir verinin olmadığı,

•Firma tarafından düzenlenen "E-tuğra'dan ilk defa e-imza alacaklara 31 ağustos 2022'ye kadar geçerli hoş geldin kampanyası başladı!" başlıklı indirimli satış kampanyasının 31 Ağustos 2022 tarihinde sona ereceğinin ilan edilmesine rağmen sitede bu yönde tanıtımlarda bulunulmaya devam edildiği, diğer bir ifadeyle söz konusu kampanya tarihlerinin belirsiz olduğu,

•Söz konusu indirimli satış kampanyasında "%60 indirim" ifadesine yer verilmesine karşın bu indirimin sadece KEP paketi için geçerli olduğu, e-imza kampanyası kapsamında 439-549-659 TL'nin üzeri çizilerek 389-489-589 TL bedel



ile satışa sunulan ürünün indirim öncesi fiyatının Reklam Mevzuatında yer verilen "Bir mal veya hizmetin indirimden önceki satış fiyatının tespitinde indirimin uygulandığı tarihten önceki otuz gün içinde uygulanan en düşük fiyat esas alınır." hükmüne aykırı olduğu,

Değerlendirilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında, 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

#### ► "King Aroma Gıda" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** <https://aromadepom.com> adresinde yer alan reklamlarda alkollü içecek markaları ifade edilerek yapılan alkollü içki hazırlama kitleri ve aromaları satışı.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/4202 sayılı dosyada, <https://aromadepom.com> URL uzantılı internet sitesinde "Chvs Rgl Vsk Kiti Elit Edition", "Blck Lbl Vsk Kiti Elit Edition", "Hennessy Konyak Elit Edition", "Gry Goose Vtk Kiti Elite Edition", "Abslt Ekşi Elma Vtk Kiti Elite Edition", "Mavi Tkila Kiti Elite Edition", "Yeni Rakı Kiti 5 lt", "JM Beam Vsk Kiti", "Yaş Üzüm Rkı Kiti Elite Edition", "Smrnff Böğürtlen Vtk Kiti Elite Edition" vb. ifadelerle aroma verici mahiyetindeki "kit" olarak isimlendirilen muhtelif ürünlerin, alkollü içkilere ait marka ve isimlerle tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu internet sitesinde aroma verici mahiyetindeki ürünlere "Votka Kiti", "Viski Kiti", "Cin Kiti" vb. muhtelif alkollü içki isimleri verilerek tanıtımlarının yapıldığı, bahse konu ürün tanıtımlarının mevzuatla tüketicilere yönelik her türlü reklamı yasaklanmış olan alkollü içkilerin reklamını dolaylı yoldan yaptığı ve insan sağlığına zararlı ve bağımlılık yapıcı alkollü içki tüketiminin özendirilerek teşvik edildiği değerlendirilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

#### ► "Turkcell Superonline" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam/TU:** "NEDEN TURKCELL EV İNTERNETİNİ SEÇMELİYİM?"-"İnternetinizi 2 Günde Ücretsiz Kuruyoruz: Turkcell Fiber'i seçtiğinizde 2 gün içinde evinizde fiber internetin keyfini çıkarmaya başlarsınız." başlıklı reklamlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/4682 sayılı dosyada yapılan incelemelerde; Başvuru eki, şikâyet

edilen tarafından gönderilen bilgi ve belgeler ile şikâyet edilenin internet sitesi incelendiğinde, ana sayfada "NEDEN TURKCELL EV İNTERNETİNİ SEÇMELİYİM?" başlığı ile yayınlanan tanıtımların alt başlıklarından birinin "İnternetinizi 2 Günde Ücretsiz Kuruyoruz: Turkcell Fiber'i seçtiğinizde 2 gün içinde evinizde fiber internetin keyfini çıkarmaya başlarsınız." ifadelerini içerdiği ve herhangi bir istisnaya yer verilmediği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda; "NEDEN TURKCELL EV İNTERNETİNİ SEÇMELİYİM?" başlığı ile yayınlanan tanıtımların alt başlıklarından "İnternetinizi 2 Günde Ücretsiz Kuruyoruz: Turkcell Fiber'i seçtiğinizde 2 gün içinde evinizde fiber internetin keyfini çıkarmaya başlarsınız." ifadelerinin herhangi bir istisna şartına yer verilmeksizin kullanıldığı ve her koşulda kurulum işlemlerinin belirtilen sürede tamamlanacağı izlenimi oluşturduğu ancak başvuruda bulunan tüketicinin abonelik işlemlerinin 1 haftadan fazla bir sürede tamamlanabildiği, dolayısıyla, anılan reklamlar aracılığıyla sunulan vaadin gerçeği yansıtmadığı ve tüketici mağduriyetine yol açtığı, bahsi geçen reklamın dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.**

#### ► "Dove" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** "Dove Nemlendirici Cream Bar" isimli ürün tanıtımları

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/4502 sayılı dosyada, Show TV logolu televizyon kanalında 15.03.2022 tarihinde yayınlanan reklamlarda; "Zaman içinde kendi kendine kuruyup çatlayan sıradan sabunların cildimizi ne kadar kurutabileceğini tahmin edebiliyor musunuz? Ama Dove farklıdır. Dörtte bir nemlendirici krem ve nazik temizleyiciler içeren formülü ile Dove cildinizi kurutmadan temizler. Yüzünüzün ve cildinizin yumuşacık ve pürüzsüz olmasını sağlar. Dove Dermatologların 1 numaralı önerisi\*" şeklinde ifadeler ile birlikte kuruyarak çatlayan sabun görseline ve alt yazı metninde "Ipsos tarafından Ocak-Şubat 2022 arasında CAPI ve CAWI yöntemleri ile yapılan araştırmaya göre, genel kullanım için sabun markaları arasında" ifadelerine yer verildiği, firmaya ait açık hava reklam panolarında yer alan reklamlarda; "Yüzünüzde ve cildinizde Dove farkını hissedin. Sabun kurutur. Dove farklıdır. Dermatologların 1 numaralı önerisi." ifadeleri ile

birlikte çatlamış kahverengi sabun ve Dove Cream Bar görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait açık hava reklam panolarında 11.09.2022-25.09.2022 tarihleri arasında yayınlanan reklamlarda; "Yüzünüzde ve cildinizde farkını hissedin. Diğerler sabun Sabun kurutur. Dove farklıdır. Dermatologların 1 numaralı önerisi." ifadeleri ile birlikte çatlamış kahverengi sabun ve Dove Cream Bar görsellerine yer verildiği, söz konusu tanıtımlarda "Sabun kurutur" ifadesi ile çatlamış sabun görseline yer verilerek "Dove" markalı ürün dışındaki tüm sabun ürünlerinin cildi kuruttuğu algısı yaratılmak suretiyle kötülendiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve karşılaştırmalı reklam hükümlerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.**

### ► "Apple" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.apple.com/tr/environent/](http://www.apple.com/tr/environent/) adresli internet sitesinde ve muhtelif mecralarda, 'Apple' markalı ürünler için yapılan "Sizin için tasarlandı. Gezegeenin de kalbini kazandı." başlıklı reklamlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/ 4792 sayılı dosya kapsamında yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait [www.apple.com/tr/environent/](http://www.apple.com/tr/environent/) adresli internet sitesinde ve muhtelif mecralarda, Apple markalı ürünler için yapılan "Sizin için tasarlandı. Gezegeenin de kalbini kazandı." başlıklı reklamlarda,

• "Apple ürünleri. Hepsi doğuştan çevreci." şeklinde ifadenin bulunduğu,

• Söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin ve çevresel beyanların, firmaya ait hangi ürünler, parçalar ve süreçler için kullanıldığının açıkça belirtilmediği, karşılaştırma niteliğindeki ifadelerin neye ilişkin olduğunun tam olarak anlaşılamadığı, yenilenebilir enerji kullanımına ilişkin ifadelerde, üretim süreçlerinde yenilenebilir enerji kullanımının ne kadar olduğu hususunda belirsizlik bulunduğu, reklamlarda yer alan ifadelerin firmaya ait tüm ürünler için geçerli olduğu algısı yaratıldığı, ürünlerin veya üretim süreçlerinin çevreye etkilerine ilişkin olarak tüketiciler nezdinde belirsizliğe neden olacak şekilde kullanıldığı,

• "Kimse eline su dökemez.", "Apple ürünleri. Hepsi doğuştan

çevreci. vb." şeklindeki ifadelerin genel ve soyut ifadeler olduğu, sektörde faaliyette bulunan başka firmaların da çevreye duyarlı ürünler ürettiği, söz konusu ifadelerin tüketicilerin kararları üzerinde firma lehine bir etki yaratarak haksız rekabete neden olduğu,

• Söz konusu reklamlarda yer alan çevresel etkiye ilişkin ifade ve beyanlarda, mevzuatta yer alan yükümlülüklerle uygun hareket edilmediği ve tüketicilerin çevre konusundaki duyarlılığını ya da bu alandaki olası bilgi eksikliğini istismar edecek biçimde tanıtımlarda bulunduğu, söz konusu reklamların yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği değerlendirilmiş olup,

**Reklam veren şirket hakkında, anılan reklamları durdurma cezası verilmesine karar verilmiştir.**

### ► "LA ROCHE-POSAY" Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** Instagram hesabında yer alan "La Roche Posay Lepiska Batum AP" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2021/1256 sayılı dosyada, Instagram hesabında yer alan "La Roche Posay Lipikar Baume AP" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; "Hem kuru hem egzamalı ciltler için tam çözüm Lipikar Baume. Egzama atağı yaşadığımda, cildim hassaslaştığında akşam rutinime ekliyorum. Atopiye sahip çocukların %86'sında uykusuzluk problemi olduğunu biliyor muydunuz? Atopili ciltlerin %85'inde belirtilerin beş yaşından önce ortaya çıktığını biliyor muydunuz? Atopisi olan çocukların %60'ının okulda problem yaşadığını biliyor musunuz?" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda; firmaya ait Instagram hesabında yer alan "La Roche Posay Lipikar Baume AP" isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;

• "Hem kuru hem egzamalı ciltler için tam çözüm Lipikar Baume. Egzama atağı yaşadığımda, cildim hassaslaştığında akşam rutinime ekliyorum." 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 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 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,

•Ayrıca söz konusu Instagram hesabında yer alan; "Atopiye sahip çocukların %86'sında uykusuzluk problemi olduğunu biliyor muydunuz? Atopili ciltlerin %85'inde belirtilerin beş yaşından önce ortaya çıktığını biliyor muydunuz? Atopisi olan çocukların %60'ının okulda problem yaşadığını biliyor musunuz?" şeklindeki ifadeler ve tanıtımlarda yer alan görüntüler ile ürünün atopiyi/atopik cildi iyileştirmeyi amaçladığı algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

•Bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda atopi rahatsızlığının farklı çeşitleri ve aşamaları olmasına rağmen atopik cilde sahip çocukların büyük çoğunluğunun yaşam kalitesinin olumsuz yönde etkilendiğine ilişkin toplumu endişeye sevk edici görüntülere yer verildiği, Değerlendirilmiş olup, **reklam veren şirket hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

### ► Estetik Tanıtımı Kararı

**Şikâyet Edilen Reklam:** Instagram'da yer alan estetik tanıtımları.

**Değerlendirme/Karar:** Kurul tarafından 2022/3193 sayılı dosyada, www.instagram.com adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan sayfada muhtelif tarihli paylaşımlarda, tabipler tarafından uygulanması gereken "dudak dolgusu, dermapen, leke tedavisi, mezoterapi, medikal cilt bakımı" gibi tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda, inceleme konusu tanıtımların görünümünde, tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, bu bağlamda; 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 "dudak dolgusu, dermapen, leke tedavisi, mezoterapi, medikal cilt bakımı" isimli tıbbi tedavi yöntemlerinin isimlerini sayarak bu alanda hizmet verdiği ve sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde izlenim uyandırdığı; ancak söz konusu tıbbi işlemlerin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği ve söz konusu tıbbi işlemlerin yetkili kişilerce dahi tanıtımının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu değerlendirilmiş olup, **reklam veren hakkında 155.712 TL idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları verilmesine karar verilmiştir.**

Kararların detayına [bu link](#) üzerinden ulaşabilirsiniz.

Yukarıdaki kararların yol gösterici olmasını temenni eder, konuyla ilgili olarak herhangi bir sorunuz olması halinde bizimle rahatlıkla iletişime geçebileceğinizi bildiririz.

İyi çalışmalar dileriz.

## İLETİŞİM

**Bilge Derinbay**

*Ortak Avukat*

T: +90 (216) 321 77 87

F: +90 (216) 321 77 17

M: +90 (532) 497 25 24

[bilge.derinbay@nsn-law.com](mailto:bilge.derinbay@nsn-law.com)



**Hande Ülker Pehlivan**

*Kıdemli Avukat*

T: +90 (216) 321 77 87

F: +90 (216) 321 77 17

M: +90 (505) 884 63 80

[hande.ulker@nsn-law.com](mailto:hande.ulker@nsn-law.com)





AVUKATLIK  
BÜROSU



**A:** Burhaniye Mah.  
Atilla Sok. No:6 34676  
Üsküdar - İstanbul - Türkiye  
**T:** +90 (216) 321 47 47  
**F:** +90 (216) 321 47 67  
**[www.nsn-law.com](http://www.nsn-law.com)**