**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

### BASIN BÜLTENİ

**Toplantı Tarihi :**  12 Ağustos 2014

**Toplantı Sayısı :** 227

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2014/678**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“İnternet Fiyatına Digitürk + Limitsiz İnternet 59,99TL”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22 Mayıs – 8 Haziran 2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Şikayete konu televizyon reklamlarında ana vaat olarak; *“(…)*

* *Rahat ol abicim. Sen bizi sadece internet fiyatına hem Digiturk hem de internet sahibi yaptın. Sana ne yapsak az.*
* *Biz bunun herkese yapıyoruz zaten.*
* *Herkese mi?*
* *Herkese?*
* *Herkese?*
* *Herkese.*
* *O zaman be avokadoları götürüyorum.*
* *Ben de limonataları götürüyorum.*
* *Herkese ha?*
* *Herkese…*

*Digiturk’ten internet fiyatına hem Digiturk hem internet sahibi olma rahatlığı. Digiturk’le birlikte limitsiz internet ayda sadece 59,99’a”* ifadelerine, durağan yazıda ise *“Yeni Turkcell Superonline müşterilerine”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak yer verilen ifadelerle kampanyaya başvuran herkesin faydalanabileceği algısı oluşturulmasına rağmen, tanıtımı yapılan kampanyanın sadece yeni Turkcell Superonline aboneleri için geçerli olduğu, diğer taraftan reklamlarda patlangaç içerisinde yer verilen *“Yeni Turkcell Superonline müşterilerine”* ifadesinin ana vaat ile çeliştiği,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25/8 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine,

Diğer taraftan, aynı firma tarafından, 1 Temmuz – 1 Ağustos 2013 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında ve <http://www.digiturk.com.tr/digiturk-kampanyalari/tabletkampanya> adresli internet sitesinin 12.07.2013 tarihli görünümü ile http://www.digiturkdilediginyerde. com.tr/anasayfa/ adresli internet sitesinin 11.09.2013 tarihli görünümünde yayımlanan ***“Tablet Bilgisayar Hediyeli Digiturk Film Paketi”*** başlıklı reklamların, mülga 4077 sayılı Kanun ve Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin ilgili hükümlerine aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğunun anlaşılması nedeniyle, Reklam Kurulu'nun 10.12.2013 tarih ve 219 sayılı toplantısında, firma hakkında idari para cezası verilmiş olup, söz konusu fiilin bir yıl içerisinde tekrar edilmiş olması nedeniyle, mülga 4077 sayılı Kanunun 25 inci maddesinin son fıkrasında yer alan *“(…) para cezaları, fiilin bir yıl içerisinde tekrarı halinde iki misli uygulanır.”* hükmü uyarınca **idari para cezasının iki kat (91.370x 2 = 182.740-TL) olarak uygulanmasına** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2014/576**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“TTNET Fibernet + Samsung Tablet”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart – Nisan 2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV, gazete, dergi, internet

**Tespitler:** “TTNET Fibernet + Samsung Tablet” başlıklı televizyon reklamlarında ana vaat olarak;

*“Netta: Aytek ne yapıyorsun?*

*Aytek: TTNET’in hızına yetişebilmek için parmaklarımı güçlendiriyorum. Fibernet’in bu hızı karşısında parmaklarım yavaş kalırsa ne olur? Yazık günah olur.*

*Netta: İşe yarıyor mu peki?*

*Aytek: Bak, bir tıkla 100 tane şarkı indirdim.*

*Netta: Vay! Süper!*

*Aytek: Süper değil hiper hızlı. Bak bak şimdi ne yapacağım?*

*Netta: Film saniyeler içinde iniyor. Süper!*

*Aytek: ama süper değil hiper hızlı demiştim...*

*Dış ses: Gelin şimdi TTNET’Li olun, fiber internet ve yanında Samsung tablete ayda sadece 59,90’a sahip olun. Türkiye’nin fiber internet lideri TTNET. Sen TTNET’lisin internette çoook öndesin”* ifadelerine, altyazıda; *“Kampanyadan 30.06.2014 tarihine kadar son 6 ay içinde Türk Telekom Sabit Telefon aboneliği olan ve 24 ay taahhüt veren yeni müşteriler faydalanabilir”* ifadesine ve [www.ttnet.com.tr](http://www.ttnet.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Son 6 (altı) aydır Türk Telekomünikasyon A.Ş. abonesi olmak”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak yer alan ifadelerle, tanıtımı yapılan fiber internet hizmeti kapsamında 1 tıkla 1 saniyede 100 şarkı ve saniyeler içerisinde 1 film indirilebileceği algısının oluşturulduğu, ancak 20Mbps’ye kadar hızda sunulabilen fiber internet hizmeti ile dosya boyutu ortalama 4MB olan 100 adet şarkının en kısa 2 dakika 40 saniyede, dosya boyutu ortalama 750MB olan bir filmin ise 5 dakikada indirilebileceği, dolayısıyla reklamlarda yer verilen ifade ve görüntülerin gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan, tanıtımı yapılan fiber internet paketlerinde adil kullanım noktası uygulanmasına rağmen, bu önemli bilgiye televizyon, gazete ve dergi reklamlarında yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Bununla birlikte, televizyon reklamlarında altyazıda yer verilen; *“Kampanyadan 30.06.2014 tarihine kadar son 6 ay içinde Türk Telekom Sabit Telefon aboneliği olan ve 24 ay taahhüt veren yeni müşteriler faydalanabilir”* ifadesinden, tanıtımı yapılan kampanyadan son 6 ay içerisinde birkaç gün dahi olsa Türk Telekom sabit telefon aboneliği olan tüketicilerin faydalanabileceği anlaşılmasına karşın, [www.ttnet.com.tr](http://www.ttnet.com.tr) adresli internet sitesinde kampanya şartları arasında ***“****Son 6 (altı) aydır Türk Telekomünikasyon A.Ş. abonesi olmak”* ifadesine yer verilerek en az 6 aydır Türk Telekom sabit telefon abonesi olunması gerektiği belirtilerek anlam karışıklığına yol açıldığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **TTNET A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25/8 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine,

Diğer taraftan, aynı firma tarafından, 3 Nisan – 26 Ağustos 2013 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanalları, gazete ve dergilerde yayımlanan ***“TTNET 3’lü Avantaj Kampanyası”*** başlıklı reklamların, mülga 4077 sayılı Kanun ve Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin ilgili hükümlerine aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğunun anlaşılması nedeniyle, Reklam Kurulu'nun 12.11.2013 tarih ve 218 sayılı toplantısında, firma hakkında idari para cezası verilmiş olup, söz konusu fiilin bir yıl içerisinde tekrar edilmiş olması nedeniyle, mülga 4077 sayılı Kanunun 25 inci maddesinin son fıkrasında yer alan *“(…) para cezaları, fiilin bir yıl içerisinde tekrarı halinde iki misli uygulanır.”* hükmü uyarınca **idari para cezasının iki kat (91.370x 2 = 182.740-TL) uygulanmasına** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2013/1227**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Yeni Samsung Galaxy Note 3 ve Gear”*başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04/10/2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 04/10/2013 tarihinde ATV logolu televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; “*Yeni Samsung Galaxy Note 3 ve Gear. Hayatını sen yaz. Samsung Galaxy Note 3 çift taşıyıcılı teknoloji Mobil Plus farkıyla, tarifeye ek ayda 39 liradan başlayan fiyatlarla Avea’da”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak *“31 Aralık 2013’e kadar Maksi Tarife için geçerlidir. Mobil Plus, Avea’nın Çift Taşıyıcılı İnternet Teknolojisinin adıdır. Detaylar* [*www.avea.com.tr*](http://www.avea.com.tr)*”*şeklindeki önemli bilgilerin yer aldığı durağan yazının metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak; “*Yeni Samsung Galaxy Note 3 ve Gear. Hayatını sen yaz. Samsung Galaxy Note 3 çift taşıyıcılı teknoloji Mobil Plus farkıyla, tarifeye ek ayda 39 liradan başlayan fiyatlarla Avea’da”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak *“31 Aralık 2013’e kadar Maksi Tarife için geçerlidir. Mobil Plus, Avea’nın Çift Taşıyıcılı İnternet Teknolojisinin adıdır. Detaylar* [*www.avea.com.tr*](http://www.avea.com.tr)*”* şeklindeki önemli bilgilerin yer aldığı durağan yazının metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu durağan yazının okunabilirlikten uzak olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5 inci ve 6 ncı maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

* 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Samsung Electronics İstanbul Paz. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde (87.915.-TL) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2013/1228**

**Şikayet Edilen: Nokia Komünikasyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Turkcell Platinum Nokia Lumia 1020”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22/10/2013 – 06/12/2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 22.10.2013 – 06.12.2013 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan *“Turkcell Platinum Nokia Lumia 1020”* başlıklı reklamların kısa versiyonunda ana vaat olarak; *“Tüm dünya cep telefonuyla fotoğraf çekiyor. İşte bu yüzden Nokia Lumia 1020 ilk önce kamera diyor. 41 megapiksel kamerası, devrim yaratan zoom teknolojisiyle yeni Nokia Lumia 1020… Uzak ara en yakın… Nokia Lumia 1020 ilk kez ve sadece Turkcell’de. Üstelik Turkcell Platinum’a özel aksesuar teklifleriyle kapınızda.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak reklam içeriğinde yer alan altyazının metin boyutunun ve altyazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Diğer taraftan, anılan reklamların uzun versiyonunda yukarıdaki ifadelere ek olarak *“(…)Çift taşıyıcılı internet teknolojisi ile iki kat hızlı yeni Nokia Lumia 1020 ilk kez ve sadece Turkcell’de.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak reklam içeriğinde yer alan durağan yazının metin boyutunun ve hareketli altyazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Bununla birlikte, reklamlarda yer verilen ifadeler ile tüketicilerde, *Nokia Lumia 1020* isimli cihazın satın alınması durumunda, 2 kat internet hızının her zaman her yerde ve her koşulda mevcut olacağı şeklinde bir algı oluşturulduğu, ayrıca *Çift Taşıyıcılı İnternet Teknolojisinin* sadece 3G kapsama alanı içinde ve 3G hizmeti alan aboneler için geçerli olduğu bilgisine reklamlarda yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu *“Turkcell Platinum Nokia Lumia 1020”* başlıklı reklamların kısa versiyonunda ana vaat olarak; *“Tüm dünya cep telefonuyla fotoğraf çekiyor. İşte bu yüzden Nokia Lumia 1020 ilk önce kamera diyor. 41 megapiksel kamerası, devrim yaratan zoom teknolojisiyle yeni Nokia Lumia 1020… Uzak ara en yakın… Nokia Lumia 1020 ilk kez ve sadece Turkcell’de. Üstelik Turkcell Platinum’a özel aksesuar teklifleriyle kapınızda.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak reklam içeriğinde yer alan altyazının metin boyutunun ve altyazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Diğer taraftan, anılan reklamların uzun versiyonunda yukarıdaki ifadelere ek olarak *“(…)Çift taşıyıcılı internet teknolojisi ile iki kat hızlı yeni Nokia Lumia 1020 ilk kez ve sadece Turkcell’de.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak reklam içeriğinde yer alan durağan yazının metin boyutunun ve hareketli altyazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Bununla birlikte, reklamlarda yer verilen ifadeler ile *Nokia Lumia 1020* isimli cihazın satın alınması durumunda, 2 kat internet hızının her zaman her yerde ve her koşulda mevcut olacağı şeklinde bir algı oluşturulmasına karşın, hiçbir GSM operatörünün coğrafi olarak Türkiye’nin %100’ünü kapsayamaması nedeniyle söz konusu ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, ayrıca *Çift Taşıyıcılı İnternet Teknolojisinin* sadece 3G kapsama alanı içinde ve 3G hizmeti alan aboneler için geçerli olduğu ve bu bilgiye reklamlarda yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Dolayısıyla, anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5 inci, 6 ncı, 7 nci ve 8 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

* 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nokia Komünikasyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde (87.915.-TL) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2014/41**

**Şikayet Edilen: Carma Teknoloji Pazarlama İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Düzenli kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200TL K.P.N.nizi aktifleştirmek için hemen 0212 709 94 94’ü arayınız”* ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2013

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Ekim 2013 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Düzenli kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200TL K.P.N.nizi aktifleştirmek için hemen 0212 709 94 94’ü arayınız”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Düzenli kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200 TL K.P.N. nizi aktifleştirmek için hemen 0212 709 9494’ü arayınız”* ifadelerine yer verilerek ilgili banka adına hizmet verildiği algısı oluşturulduğu, ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu kısa mesajlarda daha önce abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken konbara puanların 200TL’ye ulaştığı intibaı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca, anılan kısa mesajlarda 200TL tutarındaki konbara puanların aktifleştirilebilmesi için herhangi bir şart belirtilmemesine karşın, *0212 709 9494* numaralı müşteri hizmetleri ile yapılan görüşmede, tüketicilerin kredi kartı bilgilerinin talep edildiği ve söz konusu bilgiler paylaşılmadığında görüşme sonlandırılarak konbara puanların aktifleştirilmediği,

Dolayısıyla, inceleme konusu kısa mesajların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketici mağduriyetine yol açıldığı, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

* 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Carma Teknoloji Pazarlama İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **yerel düzeyde (8.788.-TL) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2014/42**

**Şikayet Edilen: Carma Teknoloji Pazarlama İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Düzenli kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200 TL K.P.N. nizi aktifleştirmek için hemen 0212 709 9191’i arayınız”* ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2013

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Kasım 2013 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Düzenli kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200 TL K.P.N. nizi aktifleştirmek için hemen 0212 709 9191’i arayınız”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Düzenli kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200 TL K.P.N. nizi aktifleştirmek için hemen 0212 709 91 91’i arayınız”* ifadelerine yer verilerek ilgili banka adına hizmet verildiği algısı oluşturulduğu, ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu kısa mesajlarda daha önce abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken konbara puanların 200TL’ye ulaştığı intibaı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca, anılan kısa mesajlarda 200TL tutarındaki konbara puanların aktifleştirilebilmesi için herhangi bir şart belirtilmemesine karşın, *0212 709 91 91* numaralı müşteri hizmetleri ile yapılan görüşmede, tüketicilerin kredi kartı bilgilerinin talep edildiği ve hediye gönderileceği vaat edilerek tüketicilerin aldatıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu kısa mesajların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketici mağduriyetine yol açıldığı, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

* 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Carma Teknoloji Pazarlama İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **yerel düzeyde (8.788.-TL) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2014/59**

**Şikayet Edilen: YPK Danışmanlık İletişim Araş. İnş. San. Tic. ve Paz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Son GÜN! Kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200 TL konbara para hediyenizi aktifleştirmek için hemen 0850 811 05 25’i arayınız.”* ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2013

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Aralık 2013 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Son GÜN! Kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200 TL konbara para hediyenizi aktifleştirmek için hemen 0850 811 05 25’i arayınız.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Son GÜN! Kredi kartı ödemelerinizden dolayı hattınıza tanımlanan 200 TL konbara para hediyenizi aktifleştirmek için hemen 0850 811 05 25’i arayınız”* ifadelerine yer verilerek ilgili banka adına hizmet verildiği algısı oluşturulduğu, ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu kısa mesajlarda daha önce abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken konbara puanların 200TL’ye ulaştığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca, anılan kısa mesajlarda 200 TL tutarındaki para puanların aktifleştirilebilmesi için herhangi bir şart belirtilmemesine karşın, *0850 811 05 25* numaralı müşteri hizmetleri ile yapılan görüşmede, tüketicilerin kredi kartı bilgileri ve ardından cep telefonlarına ilgili banka tarafından gönderilen onay kodu talep edilerek çeşitli ürün (cep telefonu, tablet bilgisayar, altın, takı vb.) ve/veya hizmet (cep telefonu konuşma dakikaları, vb.) satışı yapılmaya çalışıldığı, ancak tanıtımı yapılan ürünlerden farklı orijinal olmayan ürünler gönderildiği ve söz konusu ürünler iade edilmek istenildiğinde para iadesi yapılmayarak tüketicilerin mağdur edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu kısa mesajların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketici mağduriyetine yol açıldığı, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

* 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **YPK Danışmanlık İletişim Araş. İnş. San. Tic. ve Paz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **yerel düzeyde (8.788.-TL) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2014/1471**

**Şikayet Edilen: 2N Danışmanlık Elektrik İnş. Tar. Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: :** Firmaya ait [www.2nmuhendislik.com](http://www.2nmuhendislik.com) adresli internet sitesinde ***“Sabit Telefonunuzu Taşıma Dönemi Başladı”*** başlığı ile yayınlanan reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2012

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet.

**Tespitler**: **2N Danışmanlık Elektrik İnş. Tar. Gıda San. Tic. Ltd. Şti.** ünvanlı firma tarafından Türk Telekomünikasyon A.Ş. abonelerine 07/11/2012 tarihinde gönderilen ***“Sabit*** *Telefonunuzu Taşıma Dönemi Başladı”* başlıklı e-posta reklamlarında,

*“Sabit Telefon Hizmetleri*

*SABİT TELEFONLARDA YENİ DÖNEM*

*Numaranızı Millenicom’a taşıyın sabit telefon harcamalarınızda %70’lere varan indirim sağlayın.*

*Türk Telekom’a sabit ücret ödemezsiniz. Tüm hatlarınız ortak havuzda toplanır. Böylelikle dakikalarınız boşa gitmez. Çok daha fazla tasarruf edersiniz. Taahhüt yoktur. İstediğiniz zaman başka operatöre geçebilirsiniz. Mevcut telefon hatlarınızı kullanırsınız. Bu sebepten ek cihaz kullanılmaz. Paket dakikalarınızla tüm GSM operatörlerini aynı fiyattan ararsınız. Tüm hatlarınız için tek fatura gelir. Tüm görüşmelerinizi online web sitesinden takip edebilirsiniz.*

*(Şehir içi, şehirlerarası Tüm GSM operatörleri 444 lü numaralar tek fiyat üzerinden ücretlendirilir.)*

*Her yöne 600 dakika 27,90 TL*

*Her yöne 1.000 dakika 44,90 TL*

*Her yöne 2.000 dakika 89,90 TL*

*Her yöne 3.000 dakika 129,90 TL*

*Her yöne 5.000 dakika 214,90 TL*

*Her yöne 10.000 dakika 429,90 TL*

*Fiyatlara tüm vergiler dahildir.*

*Hat başına 14,33 TL ilave edilecektir.*

*Örneğin 5 hattınız var 5 x 14,33TL=71,65TL + 600 dk paket = 99,55 TL ödersiniz. Bunun karşılığında diğer operatöre 215 TL civarında ödeme yaparsınız. Böylelikle aylık tasarrufunuz 115,50 TL dir. Yılda 1.386 TL tasarruf edersiniz. Tasarruf hesabı için lütfen bizi arayınız. ”* ifadelerine;

Diğer taraftan [www.2nmuhendislik.com](http://www.2nmuhendislik.com) adresli internet sitesinde 2012 yılının Kasım ayında yer alan reklamlarda;

*“SABİT TELEFONLARDA YENİ DÖNEM NUMARA TAŞIMA DÖNEMİ*

*Artık tüm telefon hatlarınızı Millenicom’a taşıyarak sabit telefon giderlerinizi düşürebilirsiniz.*

*Sabit telefon giderlerinizde %70’e varan tasarruf…*

*Avantajları;*

1. *Tüm sabit hatlarınız ortak havuzda toplanır; Şirketinize ait tüm telefon hatlarınız bir ortak havuzda toplanır. Böylelikle hangi hattınızdan ne kadar konuştuğunuz önemli değildir. Toplam ne kadar konuştuğunuz önemlidir. Dakikalarınız boşa gitmez.*
2. *Her yöne tek fiyat; Ortak havuz ile şehir içi, şehirlerarası, tüm GSM operatörleri ve 1. Kademe uluslararası ülkelerin sabit numaraları ile tek fiyata doya doya ucuza konuşabilirsiniz.*
3. *Tek fatura dönemi başladı; Her hattınız için ayrı ayrı fatura gelmez. Tüm hatlarınıza tek bir fatura gelir. Fatura derdinden kurtulursunuz. Böylelikle giderlerinizi kontrol edebilirsiniz.*
4. *Sabit ücretleri indirdik; Sabit hatlarınızla konuşmasanız bile her ay ortalama 25 TL ödersiniz. Hatlarınızı Millenicom’a taşıtın sabit ücretlere ortalama %43 daha az ücret ödeyin.*
5. *Ortak havuzla istediğiniz kadar dakika tanımlayın; Tüm hatlarınıza 600 dk tanımlayarak giderlerinizi indirin. Örneğin şirketinizde 10 adet sabit hattınız var konuşmasanız bile 250 TL ücret ödersiniz. Millenicom’a geçerek 10 hattınız için 171,20 TL ödersiniz. Çok daha fazla tasarruf edersiniz.*
6. *Ön numara çevirmezsiniz.*
7. *Cihaz kullanmazsınız.*
8. *Taahhüt vermezsiniz. Memnun kalmazsanız istediğiniz operatöre geçebilirsiniz.*

*Millenicom’a geçin rahat edin.*

*Tüm bu avantajlardan faydalanmak için bizi aramanız yeterlidir.*

*Hizmetlerimiz tüm Türkiye’yi kapsamaktadır.*

ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda kullanılan ***“Türk Telekom’a sabit ücret ödemezsiniz”*** ifadesinin karşılaştırmalı reklam yapılmasına ilişkin mevzuata açıkça aykırı olarak değerlendirildiği; ayrıca söz konusu ifade ile tüketiciler nezdinde 2 N Danışmanlık firmasından hizmet alacak abonelerin sabit ücret ödemeyeceği algısının yaratıldığı, ancak firmadan sabit hat hizmeti alan abonelerin aylık hat başına 14,33 TL ödeme yapacak olması nedeniyle de aynı ifadenin tüketicileri ekonomik çıkarlarını etkileyecek hususlarda yanıltıcı ve aldatıcı olduğu;

*“Numaranızı Millenicom’a taşıyın sabit telefon harcamalarınızda %70’lere varan indirim sağlayın (…) Sabit telefon giderlerinizde %70’e varan tasarruf… (…) Hat başına 14,33 TL ilave edilecektir. Örneğin 5 hattınız var 5 x 14,33TL=71,65TL + 600 dk paket = 99,55 TL ödersiniz. Bunun karşılığında diğer operatöre 215 TL civarında ödeme yaparsınız. Böylelikle aylık tasarrufunuz 115,50 TL dir. Yılda 1.386 TL tasarruf edersiniz. Tasarruf hesabı için lütfen bizi arayınız. (…) Sabit ücretleri indirdik; Sabit hatlarınızla konuşmasanız bile her ay ortalama 25 TL ödersiniz. Hatlarınızı Millenicom’a taşıtın sabit ücretlere ortalama %43 daha az ücret ödeyin. (…) Ortak havuzla istediğiniz kadar dakika tanımlayın; Tüm hatlarınıza 600 dk tanımlayarak giderlerinizi indirin. Örneğin şirketinizde 10 adet sabit hattınız var konuşmasanız bile 250 TL ücret ödersiniz. Millenicom’a geçerek 10 hattınız için 171,20 TL ödersiniz. Çok daha fazla tasarruf edersiniz.”* ifadelerinin Türk Telekomünikasyon A.Ş. tarafından verilen sabit telefon hizmetini kötüleyici ve ispata muhtaç nitelikte olduğu;

*“Hizmetlerimiz tüm Türkiye’yi kapsamaktadır”* ifadesinin ispata muhtaç ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu nedenleriyle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 11, 13 ve 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **2N Danışmanlık Elektrik İnş. Tar. Gıda San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**9)**

**Dosya No : 2013/1434**

**Şikayet Edilen : Turkuvaz Televizyon ve Radyo İşletmeciliği A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “ATV Avrupa” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan “Eko Pazar” isimli programın 04.08.2013 tarihli bölümü

**Reklam Yayın Tarihi :** 04.08.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “ATV Avrupa” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında, 04.08.2013 tarihinde yayınlanan “Eko Pazar”isimli program içerisinde;

*“Göz sağlığı alanında yaptığı çalışmalarla Türkiye’de ilklerin adresi olmayı başarmış Dünyagöz Hastaneler Grubu bu çalışmalarına bir yenisini daha ekledi. Şimdi Hastanenin Etiler yerleşkesinde düzenlenen basın toplantısına çeviriyoruz kameralarımızı.”; “17 yıldır sağlık sektörünün önemli isimleri arasında yer alan ve Türkiye’nin ilk branş hastanesi olan Dünyagöz Hastaneler Grubu, Sosyal Güvenlik Grubu güvencesi altındaki hastalar için önemli bir yenilik başlattı. Sosyal Güvenlik Grubu güvencesi altındaki hastaların taleplerine kayıtsız kalmayan kurum, katarakt hastalarının muayene ve ameliyatını fark ücreti almadan gerçekleştirme kararı aldı. Dünyagöz Hastaneler Grubu yönetim kurulu başkanı Eray Kapıcıoğlu ve Grubu medikal direktörü Prof. Dr. Kazım Devranoğlu düzenledikleri basın toplantısıyla bu önemli hizmeti duyurdu. Eray Kapıcıoğlu toplantı sonrasında Eko Pazara verilecek hizmet hakkında önemli açıklamalarda bulundu.”; “Çok uzun zamandan beri Sosyal Güvenlik Kurumu’nun katarakt ameliyatlarına vermiş olduğu rakamlar çok düşük rakamlardı ve onlarla bizim ameliyat yapmamız mümkün değildi. Sonradan yüzde doksan farkı verip fark alabilirsiniz çıkınca, biz yüzde doksanla bu ameliyatları yapmaya başladık ama onun sayısını da az tutmak zorundaydık. Çünkü yurtdışından gelen çok ciddi sayıda hem katarakt hem lazer hem de diğer tedavilerde özel sigorta hastalarımız var. Karne kullanmayan ameliyat hastalarımız var. Gruba da 18 nokta da bulunan Anadolu’daki hastanelerimiz ve İstanbul’da, büyükşehirlerde bulunan hastanelerimize de günde yüzün üstünde gözlerinden, yanlış yapılan katarakt tedavisinden zarar görmüş insanlar geliyor ve bunların çoğuna zaman zaman bir şey yapamıyoruz. Tabi bu kadar yurtdışına açılmış, yurt dışında sağlık yatırımı olan, 107 ülkeden hasta getiren ve Türkiye’de sürekli büyüyen, her sene beş tane Anadolu’da hastane açıyoruz. Bir katarakt ameliyatı bizim grubun yaptığı 240 ameliyatın bir tanesi ve biz bunu bir görev olarak aldık. Katarakt ameliyatına bugün piyasada bütün kliniklerde katarakt muayene katarakt muayene. Yüz tane hastayı muayene yapıyorlar, seksen tanesini yetmiş tanesini katarakt ameliyatı yapıyorlar. Bu da gerekmeyen insanlara gereksiz ameliyat yapmaları hazinenin çok daha fazla para ödemesine, SGK’nın fazla para ödemesine ve bir de insanlarımız zarar görüyor. Bir yıl boyunca on milyonun üzerinde, on beş milyona yakın bir parayı kendi insanlarımız için bütçeden SGK’nın ödediği paraya ameliyat yaparak karşılayacağız. Tabi bunun yanında bu ameliyatlarda kullandığımız FDA onaylı sarf malzemelerini temin eden firmalardan da ciddi indirimler alıyoruz. O da çok ciddi bir para tutuyor. Bir sene boyunca bu gereksiz yere yapılan ameliyatları ve bu işi çok suistimal edenleri ve insanlarımızın doğru yapan yerlere yönlendirmelerini sağlayana kadar sanıyorum bir sene kadar bu işe devam edeceğiz. Bunu da Türkiye genelinde bayramdan sonra duyuracağız.”; “Eray Kapıcıoğlu yaptıkları katarakt ameliyatı sayısının bu hizmetle ikiye katlanacağını söylüyor.(…)”* gibi ifadelere ve Dünyagöz Hastanesi Grubu bünyesinde yer alan kuruluşlardan birisine ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “ATV Avrupa” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında, 04.08.2013 tarihinde yayınlanan “Eko Pazar”isimli program içerisinde yer verilen ifadelere ek olarak Dünyagöz Hastanesi Grubu bünyesinde yer alan kuruluşlardan birisine ait görüntülere yer verildiği;

Buna göre, **“ATV Avrupa”** logosu ile yayın yapan televizyon kanalında, 04.08.2013 tarihinde yayınlanan **“Eko Pazar”** isimli program içerisinde bahsi geçen ifade ve görüntüler ile **Dünya Göz Hastanesi Grubu’**nun örtülü reklamının yapıldığı;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/d, 5/e, 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi

- 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un; 61/1, 61/2, 61/3, 61/4, 61/7, 61/8 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Turkuvaz Televizyon ve Radyo İşletmeciliği A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No : 2013/1506**

**Şikayet Edilen : Işıl Televizyon Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Star TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan “Melek” adlı programın 18.09.2013 tarihli bölümü

**Reklam Yayın Tarihi :** 18.09.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Star TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında 18.09.2013 tarihinde yayınlanan “Melek” adlı programa ait görüntü kayıtları incelendiğinde;

Programa konuk olarak katılan İç Hastalıkları Uzmanı Dr. Gürkan KUBİLAY ile kilo verme yöntemleri hakkında yapılan konuşmalar esnasında, *“Şunu unutmayın, biri size nasılsın diye sorduğunda, kötüyüm dediğinizde, karşılığında ondan negatif enerji alırsınız. Onun için negatif enerji almayın. Şimdi geleceğini gördüğümünüz hastalarımızda en çok bunu yaptık, karşılıklı bir pozitif enerji oluşturduk, o sayede o kadar büyük kiloları verdiler diyeyim.”; “Müthiş iki kişi gelecek birazdan stüdyoya, ben çok heyecanlandım, arkada kuliste görüm inanamadım. Hocam hem yediriyorsunuz, hem kilo verdiriyorsunuz.”; “Aynen öyle”; “Üstelik de rakamlar yüksek hanımlar, elli kilolardan bahsediliyor, yüksek rakamlar bunlar, nasıl oluyor bu iş böyle?”; “Biri otuz, biri elli kilo veren iki hastamız gelecek, önce onların bir eski hallerini görelim mi?” “Bize ilk geldiklerinde böyleydiler, peki şimdi nasıllar?”; “Gördüğünüz hanımefendi 30 kilo verdi, benim nutkum tutuldu şu anda, inanabiliyor musunuz?”; “Nasıl oldu Hocam bu iş”; “Ayrıntılara gireceğiz birazdan, ama yıllarca şöyle kandırıldınız. Az yedirdiler size, sadece salata yoğurt yedirdiler ve salata yoğurt yiyerek kilo vereceğinizi sandınız, oysaki sadece su ve kas kaybettiniz. Dolayısıyla biter bitmez tekrar her şey geri geldi. Oysaki bütün hastalarımda birazdan kendileri anlatacaklar onlar bana geldiğinde günde iki öğün yiyorlardı, ben onlara altı öğün yedirmeye başladım. Onlar bana geldiğinde gün içerisinde hiç yemiyorlardı, gün içinde yedirmeye başladık ve sistemin içerisinde gram tane kalori derdi olmadı”, “Siz bir aylık süreçte, Dünya Sağlık Örgütü de çok net, yüz kiloya kadarsanız, iki buçuk kilodan daha fazla veremezsiniz. Pınar ne kadar sürede vermiş? Yaklaşık on iki, on üç ayda otuz kilo civarında vermiş, yani ayda iki buçuk kilo kadar. Daha fazlasına izin vermedim, Pınar verebilirdi aslında daha ama frenledim. Doğru verdiğimiz için de bir şeye daha dikkat edin, yanaklarına bakın, Pınar’ın ya da delikanlının yanaklarına bakın, tombiş tombiş. Otuz kilo, elli kilo vermiş birinde ne beklersiniz önce? Avurtları çökmüş bir adam ya da kadın beklersiniz. Gözlerine bakın, hiç hastalarımızın gözünün ışığı kaybolmaz. Niye? Sağlıklı vermişsinizdir onu.”; “Sevgili Gürkan Beyciğim, Nesrin Galan İstanbul’dan arıyor bizi”; “Benim oğlum var lise ikiye gidiyor, yüz otuz kilo, yardımcı olur musunuz bu konuda?”; “Konuşun arkadaşlarla, göndersinler bana, hiç üzmeyelim sizi.”;* şeklinde ifadelere ve Dr. Gürkan KUBİLAY’a kilo verme amacı ile başvuran hastaların zayıflama hikayelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Star TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında 18.09.2013 tarihinde yayınlanan “Melek” adlı programa ait görüntü kayıtları incelendiğinde;

Programa konuk olarak katılan İç Hastalıkları Uzmanı Dr. Gürkan KUBİLAY ile kilo verme yöntemleri hakkında yapılan konuşmalar esnasında mevzuata aykırı ifadelere ve Dr. Gürkan KUBİLAY’a kilo verme amacı ile başvuran hastaların zayıflama hikayelerine yer verildiği;

Buna göre, “Star TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan *“Melek”* adlı programın 18.09.2013 tarihli bölümünde yer alan ifade ve görüntüler ile İç Hastalıkları Uzmanı Dr. Gürkan KUBİLAY’ın örtülü reklamının yapıldığı;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/d, 5/e, 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi

- 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61/1, 61/2, 61/3, 61/4, 61/7, 61/8 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Işıl Televizyon Yayıncılık A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2013/1411**

**Şikâyet Edilen: Aks Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Show TV logolu televizyon kanalında 28.11.2013 tarihinde yayınlanan ve *“Her Şey Dahil”* adlı programda Ahmet Maranki’nin örtülü reklam yapıldığı iddiası.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** TV

### Tespitler: Söz konusu programda sunucu Alişan tarafından, Ahmet Maranki’nin ürünlerini sattığı mağazası ve şifalı olduğu iddia edilen tuzlarla hastalarını tedavi ettiği yerin ziyaret edildiği ve programın devamında;

*“Ahmet Maranki: Kalbinizde rahatsızlığınız var, hemen renkleri yeşil veriyoruz taşlarımız da yeşil… Masörlerimiz doktorlarımız geliyor, burada uygun gördükleri noktalara masaj yapıyor… Alişan: Türkiye’nin ilk tuz mağarasındayız bu daha önce olmayan bir şey… 15 dakikadır buradayız ben acayip rahatladım… Ahmet Maranki: Tiroidi olanlar rahatlıyor, astımı olanlar rahatlıyor, psikolojik bozukluğu olanlar rahatlıyor… Dış ses: Cilt yenilenmesi, stres atma, yaşlanmayı geciktirici gibi etkileri olan mağarayı gezmeden önce doğal bitkilerden oluşan şifalı kış çayı tarifi veriyor Maranki Hocamız… Ahmet Maranki: Kilo problemi şeker problemi diyabet problemi olanlarda şekeri dengeleyici özelliği var çayımızın… Nane kullanıyoruz biz bütün ürünlerimizde çünkü nefesi açmamız lazım… Mağaranın tavanları mineral tuzlarla kaplı, 84 tane mineral var şu anda burada… Alişan: Havası tertemiz, sanki ormanın içinde yürüyoruz… Ahmet Maranki: Buraya yatıyorsunuz, tuzun iyonlarını alıyorsunuz, üzerinize sürülen aromatik yağların enerjisini alıyorsunuz, her yer enerji, buradan enerjiyi alıp çıkıp gidiyorsunuz… Bir hasta yakını: Biz ailece geliyoruz detokslarımızı atıp gidiyoruz… Dış ses: Mağaranın sağlıklı havasından etkilenen Alişan soluğu tuz şelalesinin yanında alıyor. Ahmet Maranki:**Burada şelale terapisi su terapisi yapıyoruz ses ile müzik ile… Çok güzel bir mistik müzik var gördüğünüz gibi… Renk terapisi uyguluyoruz yedi renkle... Bu arada tiroidi olanlar rahatlıyor, astımı olanlar rahatlıyor, psikolojik bozukluğu olanlar rahatlıyor… Tuzun şifasından uzak kalmayın diyorum…**”* ifadelerine ve bu esnada adı geçen şahsa ait ürünlerin satıldığı mağazanın ve tuz mağarasının görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Show TV logolu televizyon kanalında 28.11.2013 tarihinde yayınlanan ve Ahmet Maranki’nin konuk olduğu *“Her Şey Dahil”* adlı programda, adı geçen şahsa ait ürünlerin satıldığı bitkisel ürünler mağazasının ve içerisinde birtakım hastalıkların tedavi edildiği iddiasında bulunulan tuz mağarasının detaylı görüntülerine yer verilmek, ayrıca tuz mağarası ile ilgili olarak gerek program sunucusu Alişan, gerekse dış ses tarafından övücü ve talep yaratıcı ifadeler kullanılmak suretiyle bahsi geçen işletmenin ve Ahmet Maranki adlı şahsın örtülü reklamının yapıldığı, bu durumun;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/d, 5/e, 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

**-** 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 nci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **Aks Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2013/1248**

**Şikâyet Edilen: Turkuvaz Gazete Dergi Basım A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.sabah.com.tr](http://www.sabah.com.tr) adresli internet sitesinin 26.06.2013 tarihli görünümünde yayınlanan *“10 Yıllık Felçli Hasta Fitoterapi ile Ayağa Kalktı”* başlıklı yazıda Mustafa Eraslan’ın örtülü reklam yapıldığı iddiası.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sözkonusu internet sitesinde yer alan 26.06.2013 tarihli yazıda;

### *“10 Yıllık Felçli Hasta Fitoterapi ile Ayağa Kalktı… Sakarya Ferizli'de geçirdiği felç nedeniyle 10 yıldır yatalak olan Zeynep Özkaya, fitoterapi uzmanı Mustafa Eraslan'ın önerileri sayesinde yardım almadan yürümeye başladı. Her gün kendi imkanlarıyla yürüyebilen Özkaya, yeniden sağlığına kavuşmanın sevincini yaşıyor. Zeynep Özkaya 10 yıl önce geçirdiği felç sebebiyle hareket imkanını tamamen kaybetti. Hastalıktan sonra sadece göz kapaklarını hareket ettirebilen Özkaya, pek çok doktora başvurdu ancak hiçbir sonuç alamadı. Ancak Zeynep Özkaya'ya, gittiği tüm doktorlardan yapılacak bir şey yok cevabını aldı ve ölümü beklemeye başladı. Tüm umutsuzluklara rağmen mücadelesinden vazgeçmeyen Özkaya, 6 ay önce Dr. Mustafa Eraslan'ın önerilerini hayata geçirmeye başladı. Eraslan'ın uyguladığı tedavi yöntemlerini hayata geçiren Zeynep Özkaya, sadece üç ayda tedaviye cevap verdi. Bu süre içinde vücudundaki ödemlerden kurtulan Özkaya 3 ayda 30 kilo verdi. Kilo kaybından sonra daha rahat hareket imkanı elde eden hastanın konuşmasında da fark edilebilir düzelmeler oldu. Dr. Mustafa Eraslan Sakarya'ya yaptığı ziyarette, "Bütün hastalıklar elhamdülillah iyileşir. Şifa Allah'ın elinde biz vesilesiyiz. Nihayetinde yatıyordun ayağa kalktın. İnşallah 1-2 sene içinde geleceğiz bize fındık toplayacaksın" sözleri ile Zeynep Hanım'a daha da moral verdi. Zeynep Özkaya eşinin kendisi için hazırladığı parkurda günde 13-15 kez yürüyor. Komşuları Özkaya'nın Değişimini Hayretle İzliyor… Özkaya'nın kısa sürede yaşadığı iyileşme süreci komşularını da hayrete düşürdü. Toplumda felçli hastaların iyileşememesi yaygın bir kanıyken Zeynep Özkaya'nın sağlığına kavuşması komşusu Oya Arukan'ı şaşırttı. Arukan, Özkaya'nın durumunu şöyle özetledi: "Zeynep Teyze 10 yıldan bu yana yatan, kesinlikle ayağa kalkamayan, konuşamayan, kendini ifade edemeyen bir teyzemdi. Biz çok üzülüyorduk haline. Sürekli yanına gidip geliyorduk. Söylediklerini anlamakta zorluk çekiyorduk. 10 yıldan sonra o kadar çok büyük bir gelişme gördüm ki Zeynep Teyze'de inanamıyorum. Şu anda o hastadan eser yok, maşallah yürüyor fındık topluyor." Zeynep Özkaya'nın kızı Ayşe Güngör de, annesinin hayata tutunuşunu hayret ve mutlulukla izliyor. Güngör, "Annem Dr. Mustafa Eraslan'ın önerilerine uymaya başladı. Aradan 1-2 ay geçti ben buraya geldim inanamadım. Annemi tanıyamadım. Acayip kilo vermiş, zayıflamış, kendi kalkıyor ve kendi yürüyor. İnanın o kadar mutlu oldum ki bu sefer sevinçten komaya girdim" şeklinde konuştu... vb.”* şeklinde ifadelere ve söz konusu doktor ile hastanın yanyana yürürken görüntüsüne yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sabah.com.tr](http://www.sabah.com.tr) adresli internet sitesinin 26.06.2013 tarihli görünümünde yayınlanan *“10 Yıllık Felçli Hasta Fitoterapi ile Ayağa Kalktı”* başlıklı yazıda, Dr. Mustafa Eraslan ve bu şahsa ait tedavi yöntemleri ile ilgili olarak çok sayıda övücü, talep yaratıcı ve yönlendirme içeren ifadeye yer verildiği, böylelikle adı geçen Dr. Mustafa Eraslan adlı şahsın örtülü reklamının yapıldığı, bu durumun;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/d, 5/e, 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

**-** 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 nci maddesi hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, **Turkuvaz Gazete Dergi Basım A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2012/286-I**

**Şikâyet Edilen: Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 26.02.2011 tarihli “Sağlıklı Günler” adlı program.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2011

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 26.02.2011 tarihli “Sağlıklı Günler” adlı programda, *“İnsanlar şifalı bitkilerin kendilerine sağlıklı olmada ne kadar bir fayda sağladığını ve hastalıklarla baş etmede tansiyon, şeker, damar sertliği ve diğer rahatsızlıklarda ne kadar fayda sağladıklarını görüyor ve doktorlara baskı yapıyorlar… Biz o yüzden ücretsiz danışmanlık hizmeti de veriyoruz. Yani bunların kullanma ilkeleri ve hangi formülasyondan istifade etmelerinin en doğru olacağıyla ilgili olmak üzere bilgilendirme noktasında da danışmanlık hizmeti de veriyoruz veya uzmanlarıyla insanları buluşturarak doğru üründen, yani doğru formülasyondan faydalanmasını temin ediyoruz. Bu gerçekleştiği zaman sağlıklarına kavuşmalarını sağlıyoruz… kesinlikle ve kesinlikle doğru formülasyondan, doğru üründen, doğru bitkiden istifade ettikleri zaman hem damar sertliğini giderebilecekler, hem prostatla ilgili büyüme ve diğer problemleri giderebilecekler… Hem şeker rahatsızlığını giderebilecekler, tabi tabi. Yani bir bitkiyi kullanabilmek için ille de bir ünlünün o bitkinin adını zikretmesini beklememize gerek yok… Mantar deyince biliyorsunuz şifa işte Reishi mantarı bağışıklık sistemini güçlendirip kanserle mücadelede son derece faydalı ama, ona çok benzeyen, şekil itibariyle de çok benzeyen, ama ölümcül olan mantarlar da olabilir ama sakın, bitkilerle ilgili olarak sağlıkta bitkilerden istifade etmek konusu tesadüflere bırakılacak bir konu asla asla değildir. Ne Reishi mantarıyla ilgili olarak, ben bir mantar gördüm Reishi’ye benziyor, Allah muhafaza hayatınızı kaybedebilirsiniz… Reishi mantarı işte bu birkaç gün önce 5 tane ulusal gazetenin manşetiydi. İşte bir hanımefendi 6 yıl önce kanser vakasına yakalanmış, metastazı olmuş, 5 noktada kanser yayılmış, 6 aylık ömür biçmişler. Tıbbi tedavisini almış, işte kemik iliği nakli olmuş, tıbbi tedavisini almış ama 6 ay ömür biçilmesine rağmen Reishi mantarını da kullanarak hem kanserle mücadelesi, hem bağışıklık sistemini güçlendirerek bugün hala aramızda hanımefendi… Hem bağışıklık sistemimize güçlendiren bir bitki bu… Tansiyonu düşürücü etkisi var, tansiyonu düşürmesine yardımcı oluyor, şekerin düşürülmesine yardımcı oluyor, kolesterolün düşürülmesine yardımcı oluyor… Virüslere karşı savaşta son derece etkili, hem bağışıklık sistemini güçlendirmesi, hem doğrudan antiviral etkisi var. Özellikle herpes virüslerine karşı etkisi var. Antimikrobiyal etkisi var, yani tarih boyunca mesela mide rahatsızlıklarına Reishi mantarının faydalı olduğu biliniyor, ama bugün bakıyoruz ki mide rahatsızlıklarının, özellikle 12 parmak bağırsağı ülserlerinde* Helikobakter*Pilori diye bildiğimiz bir mikrop var. Reishi mantarının bununla ilgili sonuçları ortada, biz tarihten, tecrübeden biliyoruz onun mideye faydası olduğunu ama, bugün bunu klinik sonuçlarla da görebiliyoruz. Bunun gibi anti oksidan etkisiyle hücre yenileyici, gençleştirici bir etkisi de var. Yani olağanüstü, gerçekten olağanüstü… Prostat sağlığı da keza öyle, varis veya basur problemi keza öyle. Yani tüm problemlerde şifalı bitkilerin faydası var. Yani göz sağlığınızdan tutun da, özellikle şeker rahatsızlığı gözleri son derece etkileyen bir rahatsızlıktır, göz damarları çok hassastır, körlüğe kadar giden bozukluklar oluşabilir. Özellikle göz sağlığına faydalı olabilecek bitkiler var. Yani bitkiler boş yere dünyada bu kadar üne sahip değil. Tarım Bakanımız geçen gün bir açıklama yaparken diyor ki, şifalı bitkilerle ilgili bir enstitünün açılışında bahsederken diyor ki, bugün dünyanın yüzde 65 insan, ki yüzde 80’lere varıyor aslında bu rakam, şifalı bitkilerden istifade ediyorlar sağlıklarına destek olma noktasında. Ve Bakan altını çizerek söylüyor Sayın Tarım Bakanımız Mehdi Bey, sadece bunu diyor sanmayın ki gelişmemiş ülkelerdeki insanlar bunu kullanıyor. Maalesef bizde böyle bir eksiklik var, böyle bir anlayış eksikliğimiz var. Bugün diyor gelişmekte olan ve özelde gelişmiş olan ülkeler çok yaygın bir şekilde bitkileri sağlıklarına, şifalarına destek olarak kullanıyorlar ve gerçekten de böyle. İngiltere’de doktorların yüzde 80’i reçetelerinde şifalı bitkileri bulunduruyorlar…”* ve benzeri ifadelere ve bununla birlikte program boyunca ekranda 0312 331 30 37-38-39danışma hattı numarasına yer verilmek suretiyle Dr. Hakan ÖZKUL’ a yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 26.02.2011 tarihli “Sağlıklı Günler” adlı programda Dr. Hakan ÖZKUL’un ve O’na ait muhtelif gıda takviyelerinin örtülü reklamının yapıldığı; dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/d, 5/e ve 21nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, **Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri dâhilinde, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2012/286-II**

**Şikâyet Edilen: Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 27.02.2011 tarihli “Sağlıklı Günler” adlı program.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2011

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 27.02.2011 tarihli “Sağlıklı Günler” adlı programda, *“Şifalı bitkilerden de ama tabi ki bir uzmana danışarak, doğru bir formülasyonu da almak suretiyle istifade ediyorlar. Şifalı bitkilerin özellikle damar sağlığında çok olağanüstü faydaları var. Bizim hazırladığımız, bizim çalışmalarını yürüttüğümüz danışman grubuyla beraber, ki bizim danışman grubumuzda doktorlar, eczacılar, botanikçiler, kimyagerler, biyokimyacılar çok geniş bir akademik kurul var. Bunların çalışmaları neticesinde hangi bitkinin, hangi formülasyonunun özellikle kalp damar sağlığında sağlığa destek olacak, sorunların aşılmasına yardımcı olacak formülasyon oluşturması noktasında olağanüstü tecrübeli bir ekibimizin çalışması var. Ve bunların neticesinde ortaya konulan formüller, ortaya konulan formülasyonlar kalp damar sağlığında biz tecrübelerle gördük ki çok olağanüstü faydalar sağlıyor… Yeter ki işin bir uzmanına danışsınlar, bitkilerle ilgili doğru ürünü, yani doğru nitelikteki bir bitkiyi, konsantrasyonu, özüyle ve formülasyonuyla beraber doğru bir bitkiden bu noktada sağlık açısından istifade etsinler, kalp damar sağlığında olağanüstü bir gelişme yaşayacaklar. Çoğu kez bu insanlar, kalp damar sağlığında sorun yaşayan insanlar çalmadık kapı bırakmamış oluyorlar. Ve artık öyle bir noktaya gelmiş oluyor ki hasta, keşke daha önceki vakalarda da, daha önceki durumlarda da bu noktada faydalanmış olsalardı… Hangi bitkilerin, hangi miktarda, ne şekilde toplanıp, ne şekilde formülize edileceği tamamen profesyonellik isteyen bir konudur. İşte doktorları, eczacıları ve akademisyenleri ilgilendirir ve biz bu şekilde formülasyonlar oluşturduktan sonra ancak insanların önüne bunları arz ediyoruz. Sonuçta ne oluyor? Bir bakıyorsunuz işte iki kat yukarı çıkamayan, nefes nefese kalan, kalbi zorlanan, işte ayakları tıkandığı için, ayaklarındaki damarları tıkandığı için 100 metre yürüyemeyen, yürüdüğü zaman ayaklarında ağrı olan insanlar şifalı bitkilerden istifade ettikleri zaman olağanüstü değişimler görüyorlar. Ve ondan sonra 3 ay sonra kapınıza geliyor diyor ki, doktor bey artık ben diyor değil 2 kat, 3 kat, 10 kat yukarı çıktığım zaman tıkanmıyorum… Bununla ilgili standart, işte Bakanlıkça onaylı, kişiye uygunluğu belli olan, kişinin durumu değerlendirildikten sonra kişiye tavsiye edilen, formülasyonu, içindeki dozu, miktarı vesairesi profesyonel iyi olan bir ürünü insanlara sunmak… Yani karaciğeri güçlendirdiği için, yani virüslerle olan mücadelede son derece önemli. Özellikle sarılık dediğimiz hastalık karaciğeri etkileyen, karaciğerde ciddi harabiyetler oluşturan bir rahatsızlık, viral bir hastalık. Hem doğrudan virüslere savaşta faydalı olan bir bitki bu, hem de karaciğeri desteklemesi noktasında olağanüstü. Yani gerçekten ismiyle uygun bir bitki, ölümsüzlük mantarı gerçekten ismini hak ettiği bir şey. Ama tabi gerçekten kullandığımız şey Reishi mantarı mıdır, doğru miktarı mıdır, dozu mudur bunu rasgele yerlerden almak değil, gerçekten doğru bir formülasyonla, doğru bir nitelikte belgeli, Bakanlıkça onaylı ürünleri almak, takdim etmek esastır… O yüzden mutlaka bir uzmana danışarak, işte danışma hatlarıyla biz insanlara bu noktada hizmet vermeye veya bizim ekibimizdeki arkadaşlarımız bu noktada hizmet vermeye gayret ediyorlar. Kullandığınız zaman gerek Reishi mantarı olsun, gerekse damar sertliğiyle ilgili, damar problemlerini giderme noktasındaki bitkilerle ilgili olarak olsun olağanüstü faydalar sağlarlar. Antioksidan etkisi olan bitkiler var, antioksidan faktör özellikle şeker rahatsızlığında da önemli faktörlerden bir tanesidir. İşte bu değişik etkileri siz bir formülasyonla, şifalı bitkilerden oluşan özel formülasyonla doğru bitkiyi, doğru miktarda ve doğru bir danışmanlık hizmetiyle beraber insanlara verdiğiniz zaman biz çok örneklerini gördük bunun. Daha geçenlerde bir hasta geldi, uzun bir dönem şeker rahatsızlığı geçirmiş, işte torbalar dolusu ilaç da kullanmış bir insan. 3 yıldan fazla dönemdir şeker rahatsızlığı yaşıyor ve kan şeker seviyesi 200’le 250 arasında devam ediyor. Kan şeker seviyesindeki yüksekliği uzun vadede test eden bizim tıpta Hemoglobin A1C dediğimiz bir ölçüm değeri vardır, o değerleri de oldukça yüksek olan bir hasta 4 aylık şifalı bitkilerden aldığı bir destekle beraber sonuçlarına baktık, tahlil sonuçlarına baktık, 118’in altına inmiş, 116’yla 118 arasındaki iki ayrı değerde kan şekeri seviyesi geliyor. Sadece bir anlık ölçümündeki bir değer düşüklüğü değil bu, bahsettiğim uzun vadedeki ölçümüne de baktık, Hemoglobin A1C değerleri de normal değerlere gelmiş. Yani sadece o anda değil, uzun dönemde de kan şeker seviyesi normale gelmiş. Şifalı bitkilerden istifade edip 4 aylık bir desteği aldığı zaman tedaviye yardımcı olarak şifalı bitkileri de dahil ettiği bir hasta örneğimiz var, … 3 seviyesindeki yağlanma tamamen normale gelmiş. Yani sadece şeker rahatsızlığı değil, sadece bağışıklık sistemindeki eksiklikler, kanser rahatsızlığı ve diğer rahatsızlıklar değil, işte damar sertliği, damar tıkanması problemi değil, birçok sağlık probleminde prostat da dahil olmak üzere, işte basur problemi de dahil olmak üzere birçok sağlık probleminde ama doğru bitkiyi, doğru bir uzmanlık danışması mekanizmasıyla kullandığınız zaman olağanüstü faydalarını kesinlikle görürler.”* ve benzeri ifadelere ve bununla birlikte program boyunca ekranda 0312 331 30 37-38-39danışma hattı numarasına yer verilmek suretiyle Dr. Hakan ÖZKUL’ a yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 27.02.2011 tarihli “Sağlıklı Günler” adlı programda Dr. Hakan ÖZKUL’un ve O’na ait muhtelif gıda takviyelerinin örtülü reklamının yapıldığı; dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/d, 5/e ve 21nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, **Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri dâhilinde, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2012/289**

**Şikâyet Edilen: Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 15.06.2011 tarihli “Gecenin Konukları” adlı program.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2011

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 15.06.2011 tarihli “Gecenin Konukları” adlı programda, *“Damar içindeki plakların ortadan kalkmasını sağlayan ve dünya üzerinde şu anda olmayan, yani şu ana kadar yapılmamış, yani bir doktorun, bir eczacının, bir insanın en büyük ideali nedir? İşte tarihe damgasını vurmak. İşte o damarların içindeki plakların açılmasını sağlamak tarihe tabiri caizse tam damgayı vurmaktır. Biz o damarların açılmasını sağlıyoruz. Yani bana getirecek olduğunuz her damarı ben çok çok büyük ihtimalle o içindeki plakları ortadan kaldırırım, kaldırmasına yardımcı olurum…. Siz o damarı açamıyor iseniz, o damarın içindeki plakları ortadan kaldıramıyor iseniz siz tedaviden bahsedemezsiniz. Ama ben bahsederim. Dünyada hiç kimse bahsedemez, ben bahsederim. Niye bahsederim? Ben çünkü onu ortadan kaldırıyorum, ortadan kalkmasına yardımcı oluyorum, destek oluyorum. Bana 100 tane hasta geliyorsa emin olun 50’si, 60’ı, 70’i damarları tamamen, yani tamamen temizlenmiş olarak yanımdan gidiyorlar. Tabi. Yani dünya üzerinde başka bir doktor var ise, çıksın ortaya desin… Tavşanlar, kaplumbağalar çiftleşme, kızışma döneminde sadece bu bitkiyle besleniyorlar. Dikkatimizi çekti, Allah Allah. Ondan sonra ekstresini aldık kullandık, ohoo bizim o mavi hapları 3’le, 5’le çarpar. Gerçekten, kesinlikle öyle. Sadece 1 hafta, 10 gün kullanıyorsunuz, ondan sonra 6 ay sonra 10 yıl geriye gidiyorsunuz. Yani 50 yaşındaki, 60 yaşındaki adam, 35-40 yaşındaki özel hayatına kavuşuyor düşünebiliyor musunuz? Ve bu ilelebet devam ediyor. Yani öyle pat 1 günlük, 2 günlü, 5 günlük değil, 5 sene, 10 sene devam edecek. Niye? Oradaki damarları açıyorsunuz, çok inanılmaz sonuçlar alıyorsunuz. MS hastalarının birçok problemini ben hallediyorum, bana geliyorlar. Yani bu konuşmaları duyuyorlar geliyorlar. Bizim diyelim ki koroner kalp, damar tıkanıklığında, şah damar, damar tıkanıklığında standart yaptığımız şey. Bir; kanı sulandırmak. Ben kanın sulanmasını reddediyorum, reddediyorum. Tıp doktoru olarak reddediyorum. Çünkü sıvı olan kan, normal kan değildir. Her şeyin düzgünü normal olanıdır. O zaman biz kanı sulandırmadan bir tedavi vereceğiz, bu bir. İkincisi, kalbi güçlendiriyoruz. Üçüncüsü, tansiyonu düşürtüyoruz. Dördüncüsü, ömür boyu bazı gıdaları biz ona diyoruz ki, artık kullanmayacaksın, sana yasak diyoruz değil mi? Ben şu anda yaklaşık 15 gündür kanserli hastalarıma ta o tarihten gelen bir formül kullanıyorum. Patır patır ayağa kalkıyor şu anda, toparlıyor hastalarım. 100 bin tane tek hücre. Olöropinin güçlendirdiği bağışıklık sistemi hücreleri gidiyor, o hücreleri, kanser hücrelerini hemen ortadan kaldırıyorlar, bir. İki; şunu diyelim ki kanser hücresi. Bunun etrafını sarıyor. Bu ne yapıyor biliyor musunuz? Bu tabiri caizse ipek böceği kozasındaki kelebek gibi kaldı. Artı ondan sonra bunu hallettik, bu kalıyor. Ondan sonra bu da kanser hücresinin DNA yapısı olsun. Bunun çoğalmasını sağlıyor değil mi? Geliyor bunun arasına giriyor, kopartıyor. Şimdi bu bütün olmadığı için çoğalamıyor, eksik. Diyelim ki ne olacak? 50 tane hücre olacak, DNA hücresi olacak. 50 tane yerine 20 tane burada, 20 tane burada birbirleriyle bağları yok. İşte tamamen ortadan kalkıyor. Ne kadar zamanda etki ediyor derseniz, hemen etkisi var, hemen, 1 saat içinde başlıyor. Vücut alıyor hemen başlıyor. Sizin ikinci sorunuz şu olsun: Bunun fare deneyleri var mı Hocam, bunu halkımız merak ediyor. Fare deneyleri var tabi. Kanserli farelere olöropinli maddeyi veriyorsunuz, enteresandır 9-12 gün içinde kanser ortadan kalkıyor.”* ve benzeri ifadelere ve bununla birlikte program boyunca ekranda 0312 331 32 07-08-09danışma hattı numarasına yer verilmek suretiyle Dr. Mustafa ERASLAN’ a yönlendirme yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 15.06.2011 tarihli “Gecenin Konukları” adlı programda Dr. Mustafa ERASLAN’ın ve O’na ait muhtelif gıda takviyelerinin örtülü reklamının yapıldığı; dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/d, 5/e ve 21nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, **Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri dâhilinde, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2012/290**

**Şikâyet Edilen: Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Firmaya ait Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 10.04.2011 tarihli “Doğal Yaşam” adlı program.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2011

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 10.04.2011 tarihli “Doğal Yaşam” adlı programda program sunucusu Esra SÖNMEZER ile konuk İlkgün KARASAKAL arasında geçen konuşmalarda, *“Evet sevgili izleyiciler, bugünkü programımızda Altın Çilek hapından bitkisel çaylara, bitkisel çaylardan hemoroit ve varis sorunlarına kadar birçok konu hakkında konuşacağız. Altın Çilek o kadar çok faydalı ki, kasların yakılmasına, su kaybına neden olmuyor, su içme özelliğim yoksa su içtiriyor bana. İşte C vitamini açısından… Tabi susatıyor. Çünkü parçalanan yağları sıvıya dönüştürmemiz gerekiyor ki içerisindeki bitkiler bu işe de yarıyor. Su içme alışkanlığımız yoksa ki biz söylediğim gibi yani susadığımız zaman su içiyoruz. En önemlisi de bölgesel anlamda kilo vermelerini sağlayarak vücutta herhangi bir deformasyona neden olmuyor, sarkmaya neden olmuyor, vücut metabolizmasını çalıştırıyor, bağırsak tembelliği varsa bağırsak tembelliğine son veriyor. Dolayısıyla yine söylediğiniz gibi sağlıklı bir şekilde kilo vermenizi sağlıyor. C vitamini açısından oldukça zengin, Altın Çilek’in faydasını biliyoruz. Dünyanın en zengin lif oranına sahip yine Altın Çilek’in özelliği var ve bu formülün içerisinde de Altın Çilek var. Vücut metabolizmasını normalinden hızlı çalıştırıyor, sindirimi kolay hale getiriyor,**kanı arındırıyor, kanı temizliyor. Şeker hastalarının kullanabilecekleri, özellikle kullanabilecekleri bir formüldür. Çünkü biliyoruz ki şeker rahatsızlıkları olanlara Altın Çilek birebir fayda sağlıyor… Metabolizmayı çalıştırıyor, kanı arındırıyor, kanı temizliyor, kilo vermemizi sağlıyor, bölgesel anlamda kilo vermemizi sağlıyor. Vücudumuzdaki yağlardan kurtulmamızı sağlarken sağlığımızdan olmuyoruz. Kasların yakılmasına, işte su kaybına neden olmadığı için bizde halsizlik, bitkinlik ve aynı zamanda mutsuzluk yaratmıyor. Dolayısıyla yine söylediğimiz gibi vücudumuzun hangi bölgesinde rahatsızlığımız varsa kiloyla ilgili, 1 kilo olur, 2 kilo olur, 5 kilo olur, hatta 20 kilo olur ki biz böyle vakalarla da karşılaşıyoruz. Ne olursa olsun mutlaka bizi arasınlar… Ama yine şu var: Düzenli kullanım mutlaka çok önemli zaten. Bir 10 yıl, 20 yıl kilolarla mücadele ediyorsunuz, o seneleri geride bıraktığınızda bir de önünüzde sadece 20 günlük bir kullanımda 3 ile 5 kilo var. Bir 20 gün daha kullansanız vücut metabolizmanız hızlanmaya daha alışacaktır ve belki o 1 ay içerisinde daha fazla kilo vermenizi sağlayacaktır, bunlar çok önemli şeyler. Ve yine söylüyorum; düzenli kullanım mutlaka çok önemli. Sevgili izleyicilere hatırlatmada bulunmak istiyorum. Sabah aç karnına 1 saat önce ılık suyla alıyorlar, akşam yemeğinden yine 1 saat önce ılık suyla alıyorlar. Daha net bir sonuç almak istiyorlarsa… Yani 370 kişi üzerinde bunu denedik, ergenlik çağına girmiş, ileri yaş sınırı olmayan herkeste denedik. Ve tiroitlerinde problemleri olanlar oldu, işe bazı problemleri kalp rahatsızlığı ya da tansiyon problemi olan herkeste bunu denedik. 3 ile 5 kilo dememizin 20 günlük kullanımda bu yüzden zaten. Hani çoğunlukta 5 kiloyu gördük, bazı kısımda 3 kiloyu gördük.”* ve benzeri ifadelere yer verilmek suretiyle “Altın Çilek” adlı ürünün örtülü bir şekilde tanıtımının yapıldığı;

Diğer taraftan, program kaydının devamında program sunucusu Esra SÖNMEZER ile programa konuk olarak katılan Selahattin YENİLMEZ arasında geçen konuşmalarda *“Efendim bahsettiğimiz çay az önce sizin de merak ettiğiniz Furkan Çayı yani bitki çayı şunu açayım ben göstereyim. Efendim içerisinde sadece bitki var. Biz bu bitkiyi hazırladık. Bilimsel olarak hazırladık. Sizlerin kullanması için. Hiçbir yan etkisi olmaksızın güven içerisinde güven içerisinde kullanabilirsiniz. Hemoroidli hastalar ortalama 2ila 3 kutu kullanması, varisli hastalar derecesine göre 2, 3 veya 4 kutuyu kullanmaları özellikle sindirim sistemi, reflü, gastrit, ülser veya kolit hastalarında düzenli kullanmaları ortalama 2 kutu olabilir 3 kutu olabilir düzenli kullanmalarını istirham ediyoruz. Furkan Çayı sadece ama eczanelerde satılır. Nasıl hazırlıycaksınız? Nasıl kullanıcaz? Her şeyi içerisinde paket halinde göstermişiz. Furkan çayını kullandıktan sonra mutlak doktorunuza kendinizi gösteriniz ve eczacınızla da paylaşınız. Furkan çayını çevrenizdeki insanlarla da paylaşabilirsiniz. Hiçbir kimyasal madde içermez. Bizlere güvendiğiniz için sizlere çok teşekkür ederim.”* gibi ifadelere yer verilmek suretiyle Furkan Bitki Çayı adlı ürünün örtülü bir şekilde tanıtımının yapıldığı;

Bununla birlikte, programın sunucusu Esra SÖNMEZER’e ait konuşmaların muhtelif yerlerinde *“…Evet, bizlere telefon yoluyla ulaşabilmeniz için telefon numaralarımız, 0212 331 30 83- 84 veya 85. Bizlere e-mail yoluyla da ulaşabilirsiniz. E-mail adresimiz* [*dogalyasam@cıne5.com.tr*](mailto:dogalyasam@cıne5.com.tr)*... 0212 331 30 83-84 ve 85 numaralı telefonlardan canlı yayına bağlanıp bizlere bol bol soru sorabilirsiniz. Buyurun… Evet, sevgili izleyiciler, bu eşsiz Altın Çilek Formülüyle ilgili bizlere ulaşabilmeniz için canlı telefon bağlantısı yapabilmeniz için telefon numaralarımızı ben tekrardan hatırlatmak istiyorum. 0212 331 30 83-84 ve 85, telefonlarınızı bekliyoruz.”* danışma hattı numarası verilerek, tanıtımı yapılan ürünlere ulaşımın sağlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Cine 5 logolu televizyon kanalında yayınlanan 10.04.2011 tarihli “Doğal Yaşam” adlı programda “Altın Çilek” ve “Furkan Bitki Çayı” adlı ürünlerin örtülü reklamının yapıldığı; dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/d, 5/e ve 21nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 4822 sayılı Kanun’la değişik 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, söz konusu reklamlar ile ilgili olarak, **Cine 5 Filmcilik ve Yapımcılık A.Ş.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri dâhilinde, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**17)**

**Dosya No: 2014/63**

**Şikayet Edilen: Dermabon Kimya Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Dermabon Sedef Sabunu”* ve *“Saıcara”* markalı ürünlere ilişkin olarak www.dermabon.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.08.2013, 26.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dermabon.com.tr adresli internet sitesinin 16.08.2013 tarihli görünümünde *“Dermabon Sedef Sabunu”* markalı ürüne ilişkin olarak, *“Dermabon ile sedef ve egzama hastalığında kontrol sizde. (…)Ardıç katranı; Konsantrelerde %0. 1 oranında bulunan naftalin ve Ardıç kresolü antiseptik ve kaşıntı önleyici özelliği ile önemli bir etmendir. Keretoplastik etkiler metil naftalin, klinaftalin, ksilenol ve naftol tarafından üretilir, Ardıç katranının indirgeme faaliyeti de yine keretoplastik faaliyeti ile ilişkilidir. Yüzyıllar boyunca sedef, seboreik deri iltihabı, atopik deri iltihabı gibi akutkronik ve kronik hastalıkların tedavisinde kullanılmıştır. Ayrıca uyuz, sarkoidoz, kronik liken pitiryazis, anal ve vulvar kaşınma gibi patolojik durumlarda da kullanılır. Sedef hastalığı ve egzama önleyici özelliği vardır. Kafa derisi için farklı biçimlerde birçok şampuan çeşidi ticari olarak satışa sunulmuştur. Sedef hastalığı vakalarında Dermabon® sabunun lezyonlar üzerinde iyileştirici etkisi olduğu klinik olarak doğrulanmıştır. Bu iyileşme hafif ve orta şiddetli vakalarda daha açık gerçekleşmiştir. Hafif ve orta büyüklükteki vakalarda klinik iyileşme sabunun kullanılmasının üçüncü haftasında daha fazla gözlemlenmiştir. Çok büyük vakalarda lezyonlarda klinik bir iyileşme gözlemlenmesi sabunun 8 haftadan fazla kullanımından sonra gerçekleşmiştir. Bildirilen yan etkilerin başlıcası lezyonların kararmasıdır. Bunun sadece estetik bir etkisi mevcuttur. Hastaların düşük bir yüzdesinde sabunun kullanımından sonra kaşıntı oluşmuştur. Bu da banyodan sonra yağlı bir krem kullanımının daha iyi olacağını ortaya koymuştur. Sedef hastalığının kontrolü için mükemmel bir tedavi alternatifidir.”* şeklinde ve anılan internet sitesinin 26.05.2014 tarihli görünümünde “Saıcara” markalı ürünlere ilişkin olarak, *“Bitkisel Özlerle ve Vitaminlerle Zenginleştirilmiş Ayak Bakım Kremi, Avokado yağının yorgunluk giderici, kas gevşetici ve selülit tedavi eden özellikleri sayesinde yoğun çalışma ortamlarının olumsuz sonuçlarını kısa sürede ortadan kaldırılır. Ayak Bakım Balsamı, Antioksidan, hücre yenileyici özelliğiyle hava şartlarının sebep olduğu kuru veya çatlamış deriyi onarır, nemlendirir ve gereken bakımı sağlar. Rahatlatıcı Ayak Banyosu, Ayakta oluşabilecek mantar türü rahatsızları önlemeye yardımcı olur. Enerji Veren Ayak Banyosu, İçerdiği kırmızı asma yaprağı ve at kestanesi özü zindelik ve enerji verir, damarlarınızı rahatlatır. Ferah ve İpeksi Ayak Deodorantı, Ayak derisinde bakteri ve mantar üremesine karşı koruma sağlar. Ayak Bakım Kremi, içeriğinde bulunan üre maddesi ayak derisinin kendisini yenilemesine ve uzun süreli nemli kalmasına yardımcı olur. Krem, düzenli kullanıldığında sertleşmiş, çatlak, kurumuş ayak derisinin iyileşmesini sağlar. Onarıcı Ayak Kremi, Cilt tarafından kolayca emilen, hoş bir duygu bırakan onarıcı ayak bakım kremi, yıpranmış, sertleşmiş hassas ayak cildini içerdiği evening primrose (çuha çiçeği), coni flower ( koni çiçeği) ve chestnut (at kestanesi) özü ile yeniler ve nemlendirir. ”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

## **Değerlendirme/Karar:** “Dermabon Sedef Sabunu” ve “Saıcara” markalı ürünlere ilişkin olarak [www.dermabon.com.tr](http://www.dermabon.com.tr) adresli internet sitesinde yukarıda belirtilen ifadelere yer verildiği dolayısıyla 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; dolayısıyla söz konusu reklâm ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 7 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

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

Buna göre, reklam veren **Dermabon Kimya Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti**. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2013/1066**

**Şikayet Edilen: Medyam İletişim Teknoloji Danışmanlık Reklamcılık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.siparis.im adresli internet sitesinde yer alan *“Sensol PPC Krem”* isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.08.2013, 26.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.siparis.im adresli internet sitesinin 06.12.2013 tarihli görünümünde *“Sensol PPC Krem”* isimli ürüne ilişkin olarak; *“Sensol PPC Krem ile çok daha sıkı bir vücuda sahip olacaksınız. Vücut şekillendirmede ve cilt gerginleştirmede daha hızlı ve etkili bir sonuç. Cilde anında nüfuz ederek hızlı emilim sağlayan Sensol PPC Krem mikronaltı aktif içerikler olan PPC, L-karnitin, Sodyum Deoksikolat, Kafein sayesinde deri altına hızlıca nüfuz eder. İçeriğindeki çeşitli doğal yağlar ve içerikler ile hem cilt elastikiyetini arttırır hem de aktif içeriklerin cildinize nüfuz etmesini hızlandırır. Sensol PPC Krem düzenli ve gerektiği şekilde kullanıldığında PPC Enjeksiyonundan çok daha etkilidir. Çok yoğun olmayan kremsi yapısı cilde daha hızlı nüfuz etmesini sağlar. Güvenli ve yan etkilerden uzak bir sıkılaşma. Birçok yan etkisi olan PPC enjeksiyonun uygulamasının özellikle şırınga, hatalı derinlik kontrolü, onaylanmamış formül ve morluklar gibi yan etkileri çok daha belirgindir. Fakat Sensol PPC Krem’in şimdiye kadar hiçbir yan etkisi görülmemiştir. Resmi Hong Kong Laboratuvarlarında gerçekleştirilen etkinlik ve güvenlik testleri ile yan etkilerinin olmadığı tespit edilmiştir. Kısaca Sensol PPC Krem; yağların eritilmesi ve selülit görünümlerinin azalmasında hızlı ve etkilidir. İlk kullanım sonrası bile gözle görülür derecede sonuçlar. Birkaç bedene kadar incelme. Diğer bütün yağ aldırma yöntemlerine göre çok daha ekonomik ve doğaldır. Uygulama esnasında ve sonrasında morarma yapmaz ve yan etkileri yoktur. Cildinizi çok daha doğal ve sağlıklı bir görünüme kavuşturur.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

## **Değerlendirme/Karar:** “Sensol PPC Krem” isimli ürüne ilişkin olarak www.siparis.im adresli internet sitesinde yer alan ve yukarıda belirtilen ifadelerin Kozmetik Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımına uygun olmadığı; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda anılan ürüne ilişkin olarak yer alan ifadelerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği ve tüm bu ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu; ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı;

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu; dolayısıyla söz konusu reklâm ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 7 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

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

Buna göre, reklam veren **Medyam İletişim Teknoloji Danışmanlık Reklamcılık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2012/1164**

**Şikayet Edilen: Aktar Kör İsmail Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Epihey Tüy Yok Edici Set”* markalı ürünlere ilişkin olarak [www.epihey.com](http://www.epihey.com) adresli internet sitesinde ve ürünlerin ambalajlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Epihey Tüy Yok Edici Set”* markalı ürünlere ilişkin olarak [www.epihey.com](http://www.epihey.com) adresli internet sitesinin 30.01.2013 tarihli görünümünde *“Mükemmel bir cilde sahip olmak çok kolay. İstenmeyen tüylerinizden ömür boyu kurtulacaksınız. Epihey tüy yok edici bitkisel bakım seti ile tüyleriniz uçup gitsin ve bir daha da geri gelmesin. Tamamen bitkisel kökenli bir üründür. Tam anlamıyla doğal bir ürün oluşundan dolayı yan etkisi yoktur. Hiçbir şekilde alerjik reaksiyona sebep olmaz. Epihey üretildiği bitkilerin doğal rengine sahiptir. Ciltte renk değişikliğine sebep olmaz. Epihey kıllardan kurtulmanın en ekonomik yoludur. Epihey kıllardan kurtulmanın en acısız yoludur. Epilasyon sırasında doğal olarak duyulan acı dışında acı hissine sebep olmaz aksine her seansta kıl kökü daha da zayıflayıp küçüldüğünden acı hissi de ortadan kalkmaktadır... Bitkisel olan* ***EPIHEY*** *ürünümüz bakanlık onaylıdır.”* şeklinde, anılan internet sitesinde yer alan tanıtıcı reklam videosu bölümünde *“Epihey tüy dökücü ya da azaltıcı değildir tüy yok edicidir. Epihey tüy yok edici setimiz ile sizler istenmeyen tüylere kıllara bir ömür boyu veda edebiliyorsunuz. (…) Artık Epihey ile kalıcı olarak bir ömür boyu istenmeyen tüylerden kıllardan kurtulacaksınız. Bugün lazer epilasyon merkezlerine gidip milyarlarca lira para ödemeden Epihey tüy yok edici setimiz ile sizde istenmeyen tüylere kıllara bir ömür boyu veda edin. 5 dakika içerisinde hem zamandan hem de paranızdan tasarruf ederek istenmeyen tüylerden kıllarınızdan bir ömür boyunca kurtulabileceksiniz. Zahmetsiz, tonlarca para ödemeden. Epihey kullanacaksınız bir daha oradan tüy çıkmayacak. Mesela Epihey’i elinizin üstüne uygulayın 3 seans bir daha oradan kıl tüy çıkmıyor. Tamamıyla bitkisel ve Sağlık Bakanlığı’ndan onaylı olması da çok güvenilir.”* şeklinde ve ürünlerin ambalajlarında *“Epihey tüy yokedici set.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımının; “*İnsan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatlar veya maddeleri”* biçiminde olduğu göz önünde bulundurulduğunda [www.epihey.com](http://www.epihey.com) adresli internet sitesinde ve ürünlerin ambalajlarında yer alan ifadeler ile *“Epihey Tüy Yok Edici Set”* markalı ürünlerin kullanımı sonucu kullanıcıların istenmeyen tüylerinden sorunsuz ve kalıcı olacak şekilde kurtulacağının iddia edildiği; bu yönüyle öncelikle Kozmetik Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımına uygun olmadığı; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda anılan ürünlere ilişkin olarak yer alan ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

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

Buna göre, reklam veren **Aktar Kör İsmail Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti**. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**20)**

**Dosya No : 2012/1048**

**Şikayet Edilen : Dehaorphan Medikal**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dehaorphan.com adresli internet sitesinin 20.01.2012 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi :** 20.01.2012

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dehaorphan.com](http://www.dehaorphan.com) adresli internet sitesinin 20.01.2012 tarihli görünümünde, “İlaçlarımız” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, Sağlık Bakanlığı ile Türkiye Eczacılar Birliği Merkez Heyeti arasındaki “Şahsi Tedavi İçin Yurtdışından İlaç Teminine İlişkin Protokol” kapsamında bulunan 36 adet ilaç ismine yer verildiği; bununla birlikte; *“Sağlık Bakanlığı’nın onay verdiği yurtdışından temin edilmesi gereken bütün ilaçların ithalatına danışmanlık hizmeti vermekteyiz.”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ruhsatlı olmayan veya ruhsatlı olduğu halde çeşitli miktarlarda ithalatı veya üretimi yapılmayan ilaçların yurtdışından ithalinin Sağlık Bakanlığı ile Türkiye Eczacılar Birliği Merkez Heyeti arasındaki “Şahsi Tedavi İçin Yurtdışından İlaç Teminine İlişkin Protokol” çerçevesinde gerçekleştirilmesine rağmen; [www.dehaorphan.com](http://www.dehaorphan.com) adresli internet sitesinin 20.01.2012 tarihli görünümünde, “İlaçlarımız” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, protokol kapsamında bulunan 36 adet ilaç ismine yer verildiği;

Bununla birlikte; adı geçen internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; *“Sağlık Bakanlığı’nın onay verdiği yurtdışından temin edilmesi gereken bütün ilaçların ithalatına danışmanlık hizmeti vermekteyiz.”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı;

Söz konusu tanıtımlarda kullanılan ifadeler ile Türk Eczacılar Birliği’ne özgülenmiş bir faaliyeti gerçekleştirdiği izleniminin uyandırılmasının tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici olduğu; bu nedenle anılan tanıtımların;

**-** 1262 Sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü ve Ek-7 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e; 7/a, 7/c; 20; 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi

- 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

Hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Dehaorphan Medikal** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine ile karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2014/743**

**Şikâyet Edilen: Elpida Güzellik Merkezi Kozmetik ve Tic. Ltd. Şti**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Anılan kuruluşa ait [www.elpida.com.tr](http://www.elpida.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.05.2014 ve 02.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; “*Epilasyon Kampanyası..Tüm uücut epilasyon 350TL. Koltuk altı 50 TL. Bıyık 20TL.Minumum 4 maksimum 8 seansta bitme garantili...Epilasyon yöntemleri; 1)iğneli epilasyon ... 3) Lazer epilasyon..”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan ifadelere karşılık; 15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik ile güzellik salonlarının “sağlık kuruluşu” statüsünden çıkarılarak belediyeler tarafından ruhsatlandırılan işyerlerine dönüştürüldüğü; dolayısıyla söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan tıbbi işlemlerin anılan kuruluş bünyesinde uygulanmasının yasak olduğu, dolayısıyla kuruluşun GÜZELLİK SALONU olmasına rağmen bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu anlaşılmış olup; bununla beraber “Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” in geçici 5 inci 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, her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı dikkate alındığında; bir güzellik salonu olan söz konusu kuruluşça tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “Lazer Epilasyon” gibi tıbbi işlemlerin tanıtımının yapılmasının;

-15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren “Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Sıhhi Müesseseler İçin Sınıflarına ve Özelliklerine Göre Aranacak Nitelikler" başlıklı kısmının “J- GÜZELLİK SALONLARI" bölümüne (10) numaralı alt başlıktan sonra gelmek üzere eklenen (12.2) alt başlığının (a) alt bendi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Elpida Güzellik Merkezi Kozmetik ve Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2014/290**

**Şikâyet Edilen: Özel Denovadent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Anılan kuruluşa ait <http://denovadent.com/> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *“Hakkımızda; 1998 yılında Marmara Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesinden mezun olan Dr.Hakan Yılmaz , aynı fakültede Restoratif Diş Hekimliği ve Endodonti üzerine Uzmanlığını 2005 yılında aldı. Dişhekimliğinde lazerin etkisi, estetik materyallerin kullanımı, dijital dişhekimliğinde CAD-CAM’in yeri gibi çeşitli konularda yurtiçi ve yurtdışı yayınları olan doktorumuz İngilizce ve Almanca bilmektedir. Evli ve bir kız çocuğu babasıdır…Dr. Vedat BANKAOĞLU 1991 yılında İstanbul üniversitesi diş hekimliği fakültesi mezunudur. 1992 -1999 yılları arasında Avusturya Karl-Franzen üniversitesi, Ağız,diş – çene cerrahisi ve radyoloji bölümünde uzmanlık programını yapan Dr Vedat Bankaoglu aynı bölümde 2003 yılına kadar uzman doktor olarak çalışmıştır. 2003 yılında Türkiye ye dönerek özel bir klinikte çalışmaya başlamıştır. 2012 eylül ayından beri Levent, İstanbul da kendi kliniğini kurmuş ve halen bu klinikte Ağız,diş-Çene cerrahisi ve implantoloji uzmanı olarak çalışmaktadır. Yerli ve yabancı dergilerde makaleleri bulunan Dr Bankaoglu , birçok kongrelerde de konuşmacı olarak yer almıştır. EAO,ÖGİ,TOİD,TDB gibi uluslararası derneklere üyedir. Almanca ve İngilizce bilen Dr Bankaoglu , evli ve Emir in babasıdır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesindeki ifadelere yer verilmek suretiyle, Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesinin 4 üncü fıkrasında yer alan *“…açılışı, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilir ve ilan verebilir...”* şeklindeki ifadelerle *“Tabip ve diş tabibi, gazete ve sair neşir vasıtaları ile yapacağı ilanlarda ve reçete kağıtlarında, ancak ad ve soyadı ile adresini, Tababet İhtisas Nizamnamesine göre kabul edilmiş olan ihtisas şubesini, akademik unvanını ve muayene gün ve saatlerini yazabilir.”* hükmünün fazlasıyla aşıldığı,

Muhtelif internet siteleri aracılığıyla yer verilen ifadelerle de; *“sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikte bilgilendirme”* kapsamını aşarak anılan kuruluşa yönlendirme yapan, talep yaratmaya yönelik ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabet teşkil eden ifadeler olduğu ve bu durumların ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği;

Dolayısıyla bahsi geçen tüm ifadelerin;

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

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

- Ağız Ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin “Bilgilendirme ve tanıtım” başlıklı 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Özel Denovadent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2014/356**

**Şikâyet Edilen: Deniz Şen Estetik ve Güzellik**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Anılan kuruluşa ait [www.karsiyakaestetikveguzellik.com](http://www.karsiyakaestetikveguzellik.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; anılan kuruluşun verdiği hizmetler arasında *“Lazer epilasyon"* gibi tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı; diğer yandan *“Dr. Deniz Şen…2005 yılında Sağlık Bakanlığı onaylı Medikal Estetik Hekimliği (Lazer Epilasyon, Dolgu, Botox, Cilt Bakımı, Kimyasal Peeling, Mezoterapi, Saç Ekimi, Bölgesel İncelme) uygulama sertifikası almıştır.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 19.03.2014 tarihli görünümünde, anılan kuruluşun verdiği hizmetler arasında *“Lazer epilasyon"* gibi tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı; diğer yandan *“Dr. Deniz Şen…2005 yılında Sağlık Bakanlığı onaylı Medikal Estetik Hekimliği (Lazer Epilasyon, Dolgu, Botox, Cilt Bakımı, Kimyasal Peeling, Mezoterapi, Saç Ekimi, Bölgesel İncelme) uygulama sertifikası almıştır.”* ifadesine yer verilerek; anılan şahıs adına Sağlık Bakanlığınca 2005 yılında tıbbi işlemleri uygulama sertifikası düzenlendiği belirtilmiş olsa dahi; 15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik ile güzellik salonlarının “sağlık kuruluşu” statüsünden çıkarılarak belediyeler tarafından ruhsatlandırılan işyerlerine dönüştürüldüğü; dolayısıyla söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan tıbbi işlemlerin söz konusu kuruluş bünyesinde uygulanmasının yasak olduğu, dolayısıyla da anılan kuruluşun GÜZELLİK SALONU olmasına rağmen bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu anlaşılmıştır.

Diğer taraftan, yukarıda bahsi geçen “Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” in geçici 5 inci 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, her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesinin yasaklandığı dikkate alındığında; bir güzellik salonu olan söz konusu kuruluşça tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “Lazer Epilasyon” gibi tıbbi işlemlerin tanıtımının yapılmasının;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24. maddesi,

-15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren “Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Sıhhi Müesseseler İçin Sınıflarına ve Özelliklerine Göre Aranacak Nitelikler" başlıklı kısmının “J- GÜZELLİK SALONLARI" bölümüne (10) numaralı alt başlıktan sonra gelmek üzere eklenen (12.2) alt başlığının (a) alt bendi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Deniz Şen Estetik ve Güzellik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2013/1399**

**Şikayet Edilen: Tuncel Sağlık Hizmetleri ve Turizm İnşaat İthalat İhracat Ltd. Şti.**

**(Op. Dr. Alper TUNCEL)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusuşahsa ait [www.dralpertuncel.com](http://www.dralpertuncel.com) ve [www.repair.com.tr](http://www.repair.com.tr) adresli internet siteleri ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.flickr.com](http://www.flickr.com) adresli internet sitelerinin anılan şahsa ait sayfalarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11/9/2013, 2/7/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dralpertuncel.com](http://www.dralpertuncel.com) ve [www.repair.com.tr](http://www.repair.com.tr) adresli internet siteleri ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.flickr.com](http://www.flickr.com) adresli internet sitelerinin söz konusu şahsa ait sayfalarının 11.09.2013 ve 02.07.2014 tarihli görünümlerinde; *“ (…) 1990 yılında başkentin en eski ve belki de ilk özel eğitim kurumlarından olan Ankara Özel Yükseliş Kolejinden mezun oldu. 1997 yılında en çok istediği ve tercih ettiği, Türkiye Cumhuriyeti’nin en eski, en köklü üniversitesinin en iyi fakültesi olan İstanbul Üniversitesi İstanbul Tıp Fakültesi bölümünde tıp lisans eğitimini tamamladı. (...) Op.Dr.Alper TUNCEL, 2004 yılında yüksek lisans eğitimini yine ülkemizin en güzide eğitim kurumlarından birisi olan Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Uzmanlığı dalında tamamladı. (...) dünyanın en önde gelen eğitim kurumlarının bulunduğu ABD’nin Boston şehrinin yine en önemli hastanesi olan MGH (Mass. General Hospital) ve dünyanın en önemli üniversitesi olan Harvard Medical School’da dünyanın sayılı maksillofasyal cerrahlarından olan Dr.Yaremchuk ile uzunca sayılabilecek bir süre aktif olarak çalıştıktan sonra Dr. Yaremchuk’ın kendisinden gelen kalma teklifini edinmiş olduğu bilgi ve tecrübeyi kendi ülkesinde hastalarına aktarmak idealiyle geri çevirerek Türkiye’ye geri döndü. Mezuniyeti sonrası Estetik Plastik Cerrahların en iyi ve en verimli çalışabileceği sistemin serbest çalışma ortamı olduğunun bilinciyle 3 yıl boyunca çalıştığı 2 özel hastaneden ayrılarak serbest çalışma hayatına atılmıştır. (...) yurtiçinde ve yurt dışında yayınladığı akademik ve bilimsel yayınlarla da dikkat çekmektedir. (...) aldığı yardımcı eğitimlerle sürekli kendini geliştirmeye devam etmektedir. (...) Kurumumuz saç ekimi işleminin Plastik Cerrahi gibi oldukça zor ve uzun eğitimden geçmiş bizler ve bizlere yardımcı saç ekimi asistanlarımız tarafından daha yaygın olarak yapılmasını sağlamayı görev edinmiştir. Hastalarımıza şimdiye kadar oldukça kötü koşullarda yapılmış ve giderek daha kötü koşullarda yapılan saç ekim operasyonlarının daha modern ve daha gelişkin bir şekilde yapılmasını sağlamak daima ana hedefimiz olacaktır. Bu konuyla ilgili yasal düzenlemelerin yapılabilmesi amacıyla merkezimizin kurucusu Op.Dr.Alper TUNCEL gerek Türk Plastik Cerrahi Derneği, gerekse Sağlık Bakanlığı ile fikir alışverişinde bulunmakta ve konuyla ilgili tecrübelerini bahis konusu kurumlarla paylaşarak sağlıklı bir yasal altyapının oluşturulmasına katkı vermektedir. Bu konuyla ilgili dernekleşme faaliyetlerine de kardeş kuruluşlarla ortaklaşa çalışmalar sayesinde hız verilmiş olup, bunun meyvelerini hastalarımız zaman içerisinde toplamış olacaktır. (...) Hangi teknikte olursa olsun, saç restorasyon cerrahisini, saçlı deri anatomisini ve cerrahisini en iyi bilen, uygulayan Plastik Cerrahların yapması uygun olacaktır. (...) Hasta söz gelimi " saç ekimi" ni yaptırırken gıdısındaki sarkıklıktan veya göbeğindeki yağlardan kurtulabilir, hatta burnundaki şekil bozukluğu ve nefes alma problemini aynı anda giderebilir. Böylece hem saç ekiminin başında yapılacak uyuşturma işlemi genel anestezi altında iken yapılarak daha fazla konfor sağlanmakta, hem de birden fazla işlem aynı seansta bitirilerek hastalarımızın çok değerli zamanlarını boşa harcamaları engellenmiş olmaktadır. Tabii bu arada daha önce de belirttiğimiz gibi saç ekimi ile birleştirilen prosedürün fiyatında da belirgin bir indirim söz konusu olmaktadır. (...) bu işin içerisinde yıllardır olan bir hekim olarak fiyatların belirlenmesi ile ilgili bilmeniz gereken püf noktalarına değinmek istiyorum. (...) etkileyen en önemli kriterlerden biri eğer işlemin ücreti ise size işlemin en garip gelen kısmı bu olacaktır. Ülkemizde malum serbest piyasa ekonomisi kuralları geçerlidir, ancak bir işin ya da malın bu kadar farklı fiyatlarla yapılması, sunulması veya satılması dünyanın hiçbir yerinde pek mümkün değildir, tabii eğer kalite farkları göz ardı edilirse! Tabii bu arada size "greft" denilen bir yapıdan veya doku parçasından bahsedildiğini duydunuz. (...) İşte burada size önerim bu fiyat politikasını reddetmenizdir. Niye diyebilirsiniz oldukça uygun fiyatları var, herkese eşit muamele yapılıyor, kalitesinden şüphem yok, arkadaşım yaptırdı mükemmel oldu... bu ve buna benzer sorularınızı duyar gibiyim fakat benim size söyleyeceğim en önemli şey bu uygulamanın en başta " ADİL" olmadığıdır. Ne demek istiyorum diyelim siz 1000 greftik, arkadaşınız ise 4000 greftlik bir ekim yaptıracak ve greft başı maliyet yerine tek fiyat politikası uygulanmış bir yerde karar kıldınız. Şimdi kaba bir hesapla sizin greft başı maliyetiniz arkadaşınızın 4 KATI kadar olacaktır. Sizce bu ADİL bir uygulama mıdır lütfen cevabınızı kendi kendinize verin ve baştan bu nedenle mağdur olmayın. (...)Bu tip hastaneler ve tıp merkezleri bu konularda uzmanlaşmış kadroları olmadığından " DEVŞİRME" kadrolarla sizlere saç ekimi yapmakta ve deyim yerinde ise sizlerin üzerinde eğitim verdirmektedirler. Siz hastalarımıza tavsiyemiz kaliteyi hastanelerde değil, bu iş için yatırım yapmış ve uzmanlaşmış bir kadrosu olan Plastik Cerrahı bulunan yerlerde aramanızdır. (...) Sen kalk uzaklardan gel, 6000 greft saç ektir. Fıstık gibi saçların olsun. Bazıları da 5750 greft eksin adamın kafasındaki deriyi öldürsün! (...) Söyleseler inanmazdım mesoterapi selüliti tedavi eder diye, ama gözümle uygulamanın 15 gün sonrasında gördüm daha 1 seansta bile mesoterapi bence oldukça başarılı! (...)* şeklinde ifadelere, söz konusu kuruluşa ait görsellere ve hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusuşahsa ait [www.dralpertuncel.com](http://www.dralpertuncel.com) ve [www.repair.com.tr](http://www.repair.com.tr) adresli internet siteleri ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.flickr.com](http://www.flickr.com) adresli internet sitelerinin anılan şahsa ait sayfalarında; talep yaratıcı, söz konusu şahsa ve kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve görsellere yer verilerek anılan şahıs ve kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, diğer taraftan aynı sektörde yer alan diğer kuruluşları kötüleyen ifadelere ve ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

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

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,6/e,7/a,7/c, 14, 20 ve 21 inci maddeleri,

-Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi ile 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tuncel Sağlık Hizmetleri ve Turizm İnşaat İthalat İhracat Ltd. Şti. (Op. Dr. Alper TUNCEL)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddesinin 8 inci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2014/904**

**Şikayet Edilenler: Dent Lazer Özel Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**(Özel Dentlazer Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentalazer.com](http://www.dentalazer.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10/7/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentalazer.com](http://www.dentalazer.com) adresli internet sitesinin 10/7/2014 tarihli görünümlerinde; *“ (...) Klasik protez yöntemlerine alternatif olarak sıklıkla uyguladığımız* *implantlar sayesinde hastalarımız kayıp dişlerinin yerine önündeki ve arkasındaki dişlere* *zarar vermeden sabit dişler yaptırabilmektedir. (…) Lazer ile yapılan tedavilerde anesteziye* *çoğunlukla gerek olmamaktadır. Bu da iğne korkusu olan başta çocuk hastalar için çok* *önemlidir. Oysaki geleneksel diş tedavilerinde mutlaka anesteziye ihtiyaç duyulmaktadır.* *Çevre dokularda hasar oluşturma, yumuşak dokuya zarar verme ihtimali hemen hemen* *yoktur. Sadece operasyon yapılan sahayı ilgilendiren uygulamalardır. Lazer enerjisi* *uygulanmasıyla iyileşme çok hızlı olmaktadır. (...) Porselen kaplamaları ayrıca implant* *yapılan hastalarımızın üst yapısı olarak da kullanmaktayız. İmplantın iyileşme periyodu* *sonrasında üst kısmına porselen kron veya köprüler yapılarak fonksiyona kavuşturulmuş* *olunur. (...) Ortalama yüzde onu engelli olan ülkemizde; engellilerin ağız ve diş bakımını* *sağlayan klinikler az orandadır. Çünkü klinikler hem bu hastalara hizmet edemeyecek derecede altyapı eksikleri ile doludur hem de dişhekimleri yeteri kadar zamanı engelli hastalara harcayamamaktadır. Tüm bunların yanında ayrıca engelli hastaların tedavisi ek masraf gerektirmektedir. Kliniklerde engelli hastaların rahatlıkla kullanabilecekleri asansörler, eğimli merdivenler ve tuvalet ihtiyaçları için özel sistemlerin kurulmuş olması gerekmektedir. Bunlar gibi daha sayılabilecek birçok altyapı çalışmaları ile kliniklerde engelli hastalara rahatlıkla tedavi sunulabilmektedir. (...) ”* şeklinde ifadelere, söz konusu kuruluş bünyesinde gerçekleştirilen tedavilere ve kuruluşun teknolojik donanımına ilişkin görüntülere ve ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentalazer.com](http://www.dentalazer.com) adresli internet sitesinin 10/7/2014 tarihli görünümlerinde; *“ (...) Klasik protez yöntemlerine alternatif olarak sıklıkla uyguladığımız* *implantlar sayesinde hastalarımız kayıp dişlerinin yerine önündeki ve arkasındaki dişlere* *zarar vermeden sabit dişler yaptırabilmektedir. (…) Lazer ile yapılan tedavilerde anesteziye* *çoğunlukla gerek olmamaktadır. Bu da iğne korkusu olan başta çocuk hastalar için çok* *önemlidir. Oysaki geleneksel diş tedavilerinde mutlaka anesteziye ihtiyaç duyulmaktadır.* *Çevre dokularda hasar oluşturma, yumuşak dokuya zarar verme ihtimali hemen hemen* *yoktur. Sadece operasyon yapılan sahayı ilgilendiren uygulamalardır. Lazer enerjisi* *uygulanmasıyla iyileşme çok hızlı olmaktadır. (...) Porselen kaplamaları ayrıca implant* *yapılan hastalarımızın üst yapısı olarak da kullanmaktayız. İmplantın iyileşme periyodu* *sonrasında üst kısmına porselen kron veya köprüler yapılarak fonksiyona kavuşturulmuş* *olunur. (...) Ortalama yüzde onu engelli olan ülkemizde; engellilerin ağız ve diş bakımını* *sağlayan klinikler az orandadır. Çünkü klinikler hem bu hastalara hizmet edemeyecek derecede altyapı eksikleri ile doludur hem de dişhekimleri yeteri kadar zamanı engelli hastalara harcayamamaktadır. Tüm bunların yanında ayrıca engelli hastaların tedavisi ek masraf gerektirmektedir. Kliniklerde engelli hastaların rahatlıkla kullanabilecekleri asansörler, eğimli merdivenler ve tuvalet ihtiyaçları için özel sistemlerin kurulmuş olması gerekmektedir. Bunlar gibi daha sayılabilecek birçok altyapı çalışmaları ile kliniklerde engelli hastalara rahatlıkla tedavi sunulabilmektedir. (...) ”* şeklinde ifadelere, söz konusu kuruluş bünyesinde gerçekleştirilen tedavilere ve kuruluşun teknolojik donanımına ilişkin görüntülere ve ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,6/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

-Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi ile 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dent Lazer Özel Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Dentlazer Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddesinin 8 inci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2014/902**

**Şikayet Edilenler: Denta-Med Sağlık Hizmetleri A.Ş.**

**(Dentamed Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinikleri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentamed.com.tr](http://www.dentamed.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9/7/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentamed.com.tr](http://www.dentamed.com.tr) adresli internet sitesinin 9/7/2014 tarihli görünümlerinde; *“ (...) Dentamed kurulduğundan bugüne kadar uzman hekimlerinden oluşan kadrosuyla, ilkelerinden ödün vermeden 20 yılı aşan süredir hizmetlerine devam etmektedir. (...) 1994 yılından bu yana Etiler'de hizmet vermekte olan Dentamed ağız ve diş sağlığı polikliniğimiz kolay ulaşımı, uygun lokasyonu ve uzman hekimlerinin katkılarıyla çalışmalarını sürdürmektedir. (…)”* şeklinde ifadelere ve söz konusu klinik görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentamed.com.tr](http://www.dentamed.com.tr) adresli internet sitesinin 9/7/2014 tarihli görünümlerinde; *“ (...) Dentamed kurulduğundan bugüne kadar uzman hekimlerinden oluşan kadrosuyla, ilkelerinden ödün vermeden 20 yılı aşan süredir hizmetlerine devam etmektedir. (...) 1994 yılından bu yana Etiler'de hizmet vermekte olan Dentamed ağız ve diş sağlığı polikliniğimiz kolay ulaşımı, uygun lokasyonu ve uzman hekimlerinin katkılarıyla çalışmalarını sürdürmektedir. (…)”* şeklinde talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve klinik görsellerine yer verilerek kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Denta-Med Sağlık Hizmetleri A.Ş. (Dentamed Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinikleri)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2014/898**

**Şikayet Edilenler: Yeditepe Üniversitesi Diş Hastanesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusukuruluşa ait [www.yeditepedishastanesi.com](http://www.yeditepedishastanesi.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9/4/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.yeditepedishastanesi.com](http://www.yeditepedishastanesi.com) adresli internet sitesinin 09.04.2014 tarihli görünümlerinde; *“ (…) Her biri alanında uzman, Türkiye’ nin en iyi hekimlerinden oluşan* *kadromuz ile ilgili detaylı bilgi almak için tıklayınız. (…) Sizlere daha kaliteli ve güler yüzlü* *hizmet verebilmek amacı ile ‘Hizmet İçi Eğitimlerimize’ önem veriyoruz. Üstün kalite anlayışımız* *çerçevesinde personelimizin yabancı dil, iletişim ve kişisel gelişim eğitimlerine devam ediyoruz.* *Amacımız; hastalarımıza daha iyi ve güler yüzlü hizmet verebilmek ve onlarla olan iletişimimizi* *profesyonel hizmet anlayışımızla karşılayabilmektir. (…)Tek Seansta Tüm Branşlar İle Birlikte* *Tanı ve Tedavi Planlamasının Yapıldığı Özel Klinik: Profesörler kliniğinde; bilimsel çalışma* *onayları ile son literatürlerde geçen tedavilerin yapıldığı, bilimsel sonuçlar ile kanıtlanmış tedavi* *materyalleri ve teknolojilerini de aynı bilinçle kullanan, uluslararası toplantılarda tanınan ve* *davet edilen diş hekimleri arasında olan anabilim dalı başkanları görev yapmaktadır.* *Hastanın tüm branşlar tarafından aynı seansta değerlendirilerek, tedavi planının hazırlanması* *ilkesine dayalı çalışan kliniğimizdir. Tedavi planlaması yapılan hastanın, ihtiyaç halinde* *radyografisi çekilerek gerekli incelemeleri yapılarak tedavisine başlanılmaktadır. Tüm bu süreç,* *zamanı çok değerli olan üst düzey yönetici, iş adamı ve sanatçılar için büyük bir kolaylık ve* *zaman tasarrufu getirmektedir. Diş estetiği, implant, protez, dişeti hastalıkları tedavisi, kanal* *tedavisi, ortodontik tedavi ve çocuk diş hekimliği hizmeti verilen kliniğin fiziki şartları hastanenin* *diğer kliniklerine göre daha konforlu ve özeldir. Bekleme salonunuzda derginizi okuyarak,* *çayınızı yudumlarken randevunuzu beklemek veya bilgisayarınızla işinizden geri kalmamak için* *internetten işlerinizi takip edebilmek için her türlü şartlar düşünülmüş olan klinikte VIP hizmeti* *verilmektedir. Kliniğin ameliyathane ile aynı katta olması da hasta açısından çok büyük bir* *avantajdır. Profesörler kliniği tedavi süreçleri de diğer kliniklerden daha kısa sürede* *tamamlanmaktadır. Özellikle, yurt dışından gelen hastaların tedavi süreci zamanlarının kısıtlı* *olması ve ülkelerine döndükleri zaman herhangi bir sorun çıkmaması için tercih ettikleri bir* *kliniktir. (…)Başarısını uluslararası düzeyde belgeleyen ilk Türk Diş Hekimliği Fakültesi ve Diş* *Hastanesi … Bu çalışmaların en büyük amacı hasta tedavilerinde en yüksek kaliteyi sürdürmeye* *katkıda bulunmaktır. … Çağdaş eğitim uygulamaları, ağız ve diş sağlığı tedavileri konusunda* *topluma sunulan hizmetler, son teknolojik gelişmeler doğrultusunda hazırlanan klinikler, en iyi* *materyallerle gerçekleştirilen tedavi sürecidir. Bunların tümünü bünyesinde toplayan Yeditepe Diş* *Hekimliği Fakültesi ve Diş Hastanesi Türkiye”nin en çağdaş, araştırmacı, yenilikçi eğitim ve* *sağlık kurumu olma özelliği ile kıvanç duymaktadır. (…)”*şeklinde ifadelere, klinik görsellerine ve ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusukuruluşa ait [www.yeditepedishastanesi.com](http://www.yeditepedishastanesi.com) adresli internet sitesinin 09.04.2014 tarihli görünümlerinde yer alan ifadeler ve kliniğe ait görsellere yer verilerek kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,6/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

-Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi ile 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeditepe Üniversitesi Diş Hastanesi** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddesinin 8 inci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2014/888**

**Şikayet Edilen: Dentistanbul Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. (Özel Dentistanbul Diş Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentistanbul.com.tr](http://www.dentistanbul.com.tr) ve [www.bursa.dentistanbul.com.tr](http://www.bursa.dentistanbul.com.tr) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29/5/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentistanbul.com.tr](http://www.dentistanbul.com.tr) ve [www.bursa.dentistanbul.com.tr](http://www.bursa.dentistanbul.com.tr) adresli internet sitelerinin 29/5/2014 tarihli görünümlerinde; *“ (...)(…) Gülümseyin burası Dentistanbul (…) Dentistanbul, Mart 2007’de kazanmış olduğu tecrübe ve birikimini, tüm dünyada sağlık ve çevre konularına eğilen Amerikalı bir yatırım ortaklığı olan Global Environment Fund’un uluslararası deneyimleriyle birleştirmiş ve Kasım 2010’da bir fon şirketi tarafından tüm hisseleri devralınmıştır. Bu alt donanım, güçlü yapı ve geçmişe sahip Dentistanbul, Temmuz 2013’de İstanbul’da Ağız ve Diş Sağlığı Merkezler zinciri olan Dentinternational Grubu kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Murat Özel tarafından tüm hisseleri satın alınmış ve Aralık 2013’te de Bursa’daki Diş Hastanesini satın alıp bünyesine katması ile Dentistanbul markası altında toplanan 2 diş hastanesi ve 4 ağız ve diş sağlığı merkezi yüksek kalite ve donanımlı ekibi ile hizmet vermeye devam etmektedir. Dentistanbul 2008’de, kuruluşundan beri gösterdiği gelişmeler ile ISO 9001:2000 standardizasyon belgesini almıştır ayrıca Dentistanbul, Alman belgelendirme kuruluşu olan TEMOS’un “Uluslararası Diş Sağlığı Kalite Belgesi’ni almaya hak kazanan Türkiye’deki ilk diş hastanesi olmuştur. (…) Misyonumuz; Dentistanbul olarak, ağız ve diş sağlığı tedavilerini tüm uzmanlık dallarında uluslararası standartlığı onaylanmış yöntemlerle, son teknolojik imkanları kullanarak tüm ihtiyaç sahiplerine sunabilmektir. Vizyonumuz; Ağız ve diş sağlığı başlıklarında hem tedavi merkezi olarak hem de akademik çalışma yöntemlerini esas alarak ülkemizde ve uluslararası sahada referans merkezi olmaktır. (…) Dentistanbul’da - Ağız ve diş sağlığı hizmetlerini, ulusal ve uluslararası standartlar ile sunarak, - Hasta hakları ve etik ilkeleri gözeten öncü bir kurum olarak, - Müşteri memnuniyeti öneminin her zaman bilincinde olarak, - Ağız ve diş sağlığı hizmetini, güncel teknoloji ile bilimsel temelli üreterek, - ISO 9001 Kalite Standartlarının gerektirdiklerine uygun çalışarak ve iş süreçlerini ölçüp geliştirerek, - Çalışanların mesleki ve davranışsal yetkinliklerini geliştirmek üzere ‘sürekli eğitim’ düzenleyerek, - Çevre, iş sağlığı ve güvenliği bilinci ile ağız-diş sağlığı alanında örnek kuruluş olmayı hedefleyerek, takım ruhu içerisinde çalışırız. (…)Dentistanbul Özel Diş Hastanesi temel değerler ve kalite değerlerine bağlı kalarak, kalite yönetim sistemi doğrultusunda ; sterilizasyon, dezenfeksiyon ve enfeksiyon konularında bilimsel yenilikleri takip ederek çalışmaktadır. (…) İlk kurulan Özel Dentistanbul Diş Hastanesi binası, Beşiktaş Yıldız’da İstanbul’un en işlek caddelerinden Barbaros Bulvarı üzerindedir. Oral Diagnoz ve Radyoloji, Tedavi, Periodontoloji, Ortodonti, Pedodonti, Endodonti, Protez, Çene Cerrahisi, Estetik Diş Hekimliği, İmplantoloji ve Acil Diş Hekimliği gibi alanların ön plana çıktığı hastanede 24 saat 7 gün hizmet verilmektedir. Özel Dentistanbul Diş Hastanesi’nin uzman diş hekimi kadrosu ve deneyimli personeli, güler yüzlü hizmet anlayışı ve hasta memnuniyetini birincil amaç olarak görmektedir. (…)Ataşehir Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi – Bünyesinde Pedodonti, Engelli Kliniği, Ameliyathane, Oraldiagnoz Radyoloj, Endodonti, Periodontoloji, Protez, Diş Beyazlatma Tedavi, Ortodonti ve Cerrahi Diş hekimliğini bulunduran Dent international Ağız ve Diş sağlığı merkezimiz uzman doktor ve deneyimli kadrosuyla hasta memnuniyetini birincil amaç olarak görmektedir. Her an kullanıma hazır tam teşekküllü ameliyat hanesi ve anestezi ekibinin yanı sıra engellilere özel bölümü, çocuklara özel oyun odası 20 farklı diş ünitesi ile 2000 m2 kapalı alan da otopark ve vale hizmeti ile 7 gün 24 saat*

*hizmet vermektedir. (…) Dentatürk Diş Hastanesi, Fatih Sultan Mehmet Bulvarı üzerinde kurulmuş, 3500 m2 kullanım alanlı, dişhekimliğinin tüm branşlarını bünyesinde bulunduran, Bursa’nın özel diş hastanesidir. Genel diş hekimliği çalışma prensiplerinden farklı olarak hastanemiz, dişhekimliğinin tüm branşlarında doktoralı uzman dişhekimlerinin direktörlüğünde, multidisipliner çalışma prensiplerini benimsemektedir. Bu sayede hastanemize başvuran hastalarımız, tedavi ihtiyaçlarına göre uzman dişhekimleri denetiminde, branşlaşmış diş hekimleri tarafından tedavi edilmektedir. (…)Ameliyathanelerimiz - Bünyemizde biri lokal, diğeri genel anestezi uygulanabilen iki adet ameliyathanemiz bulunmaktadır. Hepafiltreli ve tam steril ortama sahip bu ameliyathaneler ile cerrahi müdahalelerin enfeksiyona dayalı komplikasyonlarından hastalarımızı korumak amaçlanmaktadır. (…) Diş cerrahisinde ve tedavisinde mümkün olduğunca lokal anestezi tercih edilmektedir. Fakat bazı durumlarda genel anestezi muhakkak gerekmektedir. Hastanemiz standartlarında bu ihtiyaca cevap verilebilmektedir. (…) Engelli vatandaşlarımız toplumumuzun göz ardı edilemeyecek bir bölümün oluşturur. Dentatürk Ailesi olarak biz de çocuk-yetişkin tüm engelli hastalarımızın, sedasyon- genel anestezi dahil olmak üzere, Ağız ve Diş Sağlığı ile ilgili SGK kapsamında yer alan her türlü tedavilerini, engelli kliniğimiz ve ameliyathanemiz kapsamında hiçbir fark ücreti almadan tedavi etmekteyiz. (…) Hastanemiz bünyesindeki tüm kliniklerin koordineli çalışması ile: Gülümseme dizaynı, Diş beyazlatma, İnlay-onlay seramik dolgular, laminate veneer, İmplant üstü protezler, Güçlendirilmiş seramik uygulamalarında hastalarımızın beklentilerine cevap verilmeye çalışılmaktadır. (…)” (…)”* şeklinde ifadelere ve görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentistanbul.com.tr](http://www.dentistanbul.com.tr) ve [www.bursa.dentistanbul.com.tr](http://www.bursa.dentistanbul.com.tr) adresli internet sitelerinin 29/5/2014 tarihli görünümlerinde yer alan ifadelerin ve klinik görsellerinin talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapıcı nitelikte olduğu ve söz konusu kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dentistanbul Sağlık Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. (Özel Dentistanbul Diş Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2014/901**

**Şikayet Edilenler: Dentapark Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**(Özel Kahramanmaraş Dentapark Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentapark.com.tr](http://www.dentapark.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/7/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentapark.com.tr](http://www.dentapark.com.tr) adresli internet sitesinin 16/7/2014 tarihli görünümlerinde; *“ (…) CEREC ile Diş Tasarım ve Uygulamaları* - *Teknolojinin hızla* *ilerlediği günümüzde daha sık duyar olduğumuz CAD/CAM sisteminden, kliniğimizin bu* *teknolojiyi nasıl kullanıldığından ve hastalarımızın bu teknolojiden nasıl faydalanacağından* *bahsedelim. ... Hasta başında bilgisayar destekli dijital ölçü alma, CAD/CAM metodu ile tek* *seansta Porselen Bloklar kullanarak full seramik kron, inlay, onlay ve lamina’lar artık* *muayenehanelerde tek seansta yapılabilmektedir. CEREC - Tek randevuda çekici sağlıklı* *dişler ... Hastalarımıza yapılan muayenede, Cerec diş tasarım sisteminin avantajları olan; Tek* *randevuda tedavi, Tüm tedavi sürecinin kontrol edilebilmesi, Geçici protezlere gereksinim* *duyulmaması, Hızlı üretim ve çabuk kullanım, Ölçü kaşığı kullanmadan hasta ağzından dijital* *görüntü alımı, Etkin ve kararlı maliyet, Garantili Sterilizasyon güvenliği, Son derece estetik* *metalsiz tam porselen restorasyonlar Geniş materyal seçiminden, bahsedilir. ... Örnek* *Uygulamalar : Bu hastamız kliniğimize başvurduğunda, kendisinin Cerec’in hızlı ve estetik* *çözümüyle tanışmasını istedik*. *Doktorumuz hastamıza Cerec’i tanıtıp, avantajlarından* *bahsetti. Hızlı ve etkin sonucu görmek isteyen hastamızın tedavisine başlandı. (...) Sinüs* *Lifting adı verilen, sinüslerin hacmini azaltıp, kemik hacmini artırmaya yönelik özel bir* *cerrahi müdahale uygulanmalıdır. Kemik oluşumu tamamlandıktan sonra rutin implant* *uygulamalarına geçilir. Bu tip vakalarda klinisyenin bilgi ve deneyimleri başarıda büyük rol* *oynamaktadır. (...) Hekimin tekniği el becerisi, kullandığı dolgu malzemesi, alet ve ekipman* *da dolgunun ömrünü belirler. (...) Dentapark, temel değerler ve kalite değerlerine bağlı* *kalarak, kalite yönetim sistemi doğrultusunda; sterilizasyon, dezenfeksiyon ve enfeksiyon* *konularında bilimsel yenilikleri takip ederek çalışmaktadır. ... Hastalarımızın tedavisi* *sırasında kullanılan her malzeme ve alet steril (tüm mikroorganizmaların ve yumurtaların* *ölmüş olma durumu) olarak kullanılmaktadır. ... Kliniğimizde sterilizasyon ünitesi* *bulunmakta; ünitenin kirli bölümüne getirilen kullanılmış malzeme ve aletler, önce ultrasonik* *yıkayıcıda (içinde bulunan özel kristaller sayesinde ve belli bir sıcaklıkta titreşim vererek* *aletleri temizleyen) yıkanmakta, ardından dezenfekte (tüm mikroorganizmalardan arındırma)* *edilmek üzere yıkama makinasında yıkanmaktadır. Temizlenen aletler sterilizasyonun temiz* *bölümüne verilerek özel paketleme poşetlerinde paketlenip OTOKLAV' da ; basınçlı su buharı* *ile steril edilmektedir. Bu işlemler ; bir hastada tek kullanımlık olmak üzere açılan her* *malzeme için yapılmaktadır. (...) Kısacası yüzünüz ile tamamen uyumlu bu tedavilerle* *gülüşünüzü gençleştirmek artık sizin elinizde... (...)”* şeklinde ifadelere, kuruluş görsellerine ve ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentapark.com.tr](http://www.dentapark.com.tr) adresli internet sitesinde, kuruluş bünyesinde yer alan tedavi yöntemlerine ve cihazlarına ilişkin talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve görsellere yer verilerek kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,6/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dentapark Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Özel Kahramanmaraş Dentapark Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2014/891**

**Şikayet Edilenler: Denta Florya Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

**(Özel Dentaworld Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentaworld.com.tr](http://www.dentaworld.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/7/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentaworld.com.tr](http://www.dentaworld.com.tr) adresli internet sitesinin 16/7/2014 tarihli görünümlerinde; *“ (…) Misyonumuz - Kaliteli ve uzun süreli bir ağız sağlığı, yaşın geçmesi ile birlikte dişlerde oluşan Ya da oluşabilecek hasarların yaşam kalitemizi bozmasına engel olmak, bireylere yaşamlarının tüm evrelerinde kaliteli ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmesi için gerekli tüm bilimsel ve tıbbi desteği sağlayarak ağız ve diş sağlığı tedavisinde diş sağlığını koruma ve aynı zamanda yüz estetiğinin değişmez bir parçası olan diş ve gülüş estetiğinin sağlanması ile birlikte hasta ve çalışan memnuniyeti ön planda tutularak ülkemizde ve Uluslararası sahada referans merkezi haline gelmek. Vizyonumuz - Ağız ve diş sağlığı tedavilerini, tüm uzmanlık dallarında uluslararası kalite standartlarına uygunluğu onaylanmış yöntemlerle, tıbbi teknolojiye ayak uydurarak dünya standartlarında çağdaş sağlık hizmetini toplumun her kesimine sunarak tüm ağız ve diş sağlığı problemlerinin tek çatı altında çözülebileceği, hastalarımızın memnuniyetle tercih edeceği bir diş sağlığı merkezi olmak. Değerlerimiz - Dürüstlük, Kalite, Kalıcı Güven, Mutlidisipliner, İlgi ve Güleryüz, Hoşgörü, Etik kurallara bağlı, Topluma, çevreye, hasta ve yakınlarına saygılı, Paylaşımcı (...) Bu önemli dönemde çocuklar ile iletişim, tanı, tedavi konularında eğitim almış ve deneyimli kişilerden yardım alınması, çocuğunuzun diş hekimliği işlemlerine karşı olumlu tavır ve düşünceler geliştirmesine katkıda bulunacaktır. Bir pedodontist için önemli olan çocuğun güvende ve mutlu hissettiği bir ortamda başarılı bir tedavi gerçekleştirmektir. (...) Tüm restorasyonlarımızda amaç, hastaya kaybettiği veya eksikliğini duyduğu fonksiyon, fonasyon ve estetiği yerine getirmektir. (...)”*şeklinde ifadelere, kuruluş görsellerine ve ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusukuruluşa ait [www.dentaworld.com.tr](http://www.dentaworld.com.tr) adresli internet sitesinde talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve görsellere yer verilerek kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,6/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Denta Florya Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Tic. Ltd. Şti. (Özel Dentaworld Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2014/885**

**Şikayet Edilenler: Medikodent Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**(Medikodent Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusukuruluşa ait [www.medikodent.com](http://www.medikodent.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/7/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.medikodent.com](http://www.medikodent.com) adresli internet sitesinin 17/7/2014 tarihli görünümlerinde; *(...) Bir oral diagnoz muayenesine girdiğinizde öncelikle genel sağlığınızla ilgili kayıtlar alınır ve dişler, dişetleri, dil, tükürük bezleri, çene kemiği ve çene eklemi bir bütün olarak muayene edilir. Sonrasında hastalarımıza, oluşmuş ve oluşabilecek olan problemler hakkında bilgi verilir. Hastanın tedaviyi kabul ettiği noktada oral diagnoz hekimleri tedavinin çözümüne yönelik branşlaşmış olan hekimlerimize hastalarımızı yönlendirirler. İlk muayenede hastanın sakin huzurlu bir ortamda problemleri dinlenir, ihtiyaç ve beklentiler doğrultusunda tedavi seçenekleri sunulur. (...) Doğru teşhis, yeterli bilgi, tecrübe ve donanımla uygulandığında bir implant, hekim ve hasta açısından olağanüstü başarılı sonuçlar veren bir tedavi şeklidir. (...) Genel olarak birçok diş hekiminin yaklaşımı hastaların yalnızca şikâyetlerine odaklanmak şeklindedir. Çocuk diş hekimliği açısından değerlendirilecek olursa çocuğun şikâyetleri elbette önemlidir ancak, bundan daha önemlisi çocuğun hekim, klinik ve tedavi açısından motive edilmesidir. Çünkü biliriz ki; diş hekimi korkusu olmayan bir çocuk zaten dişlerini kolaylıkla tedavi ettirecektir. (...)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusukuruluşa ait [www.medikodent.com](http://www.medikodent.com) adresli internet sitesinde talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere yer verilerek kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Medikodent Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti. (Medikodent Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2014/897**

**Şikayet Edilen: Özel Dentroom Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/7/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasının 16/7/2014 tarihli görünümlerinde; *““ (…) Sağlıklı ve Dişli Bir Hayat: Dentroom Diş Dünyası Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi (...) Vizyonumuz - Hastalarına, hissedar ve çalışanlarına artı değer sağlayan, Ürün ve hizmetleriyle geniş kitlelere erişen, Toplumsal sorumluluğunun bilincinde, değerlerine sadık, Güvenilirliği, kalite yönetimi, yaygın hizmet ağı, Ürün çeşitliliğinde öncülüğü, uzman hekim kadrosu ve Müşteri odaklı hizmet anlayışıyla ilk akla gelen ve Tercih edilen global bir Ağız ve Diş Sağlığı olmaktır. Misyonumuz - Dentroom adının kalite ve güven ile eş anlama gelmesini sağlamak Bu hedefe ulaşmak için hastalarımızın ihtiyaç ve beklentilerini karşılayarak memnun etmektir. Dünya Sağlık Örgütü’nün kalite kriterleri doğrultusunda, Hizmetlerini kalite ve etik değerlerden ödün vermeden Her seferinde beklentileri aşarak sunmaktır. Değerlerimiz - Müşteri Odaklılık, Sorumluluk Bilinci, Karşılıklı Saygı, Sağlıklı Yaşam Alanı, Hijyen, Toplumsal Sorumluluk, Rekabetçilik, Güven ve Adalet, Teknoloji ve Ekipmanlar. Açıklama: Sağlık ve yaşam merkezi olan DENTROOM Diş Dünyası, ağız ve diş sağlığı alanında son teknoloji ile donatılmış cihazları, geniş uzman hekim kadrosuyla ağız ve diş sağlığında estetiğe değer verenlerin merkezidir. Ağız ve diş sağlığı olarak yapılacak tüm çalışmalar tanıdan tedaviye kadar tüm işlemler en son teknoloji ile çalışan cihazlarla yapılmaktadır. Genel anestezi ile Diş tedavisi ve Çene Cerrahisi ile ilgili tedaviler yapılmaktadır. İmplant, Diş beyazlatma, Ortodonti Tedavisi ve Estetik Diş Hekimliği konusunda en uzman kadro ziyaretçilere hizmet sunmaktadır. Tüm birimler geniş, ferah olarak dizayn edilmiş olup, 20 tedavi ünitesi, 2 ameliyathane (1 genel anestezi, 1 lokal anestezi), alanında uzman 12 diş hekimleri ile 365 gün 24 saat ziyaretçileri için hizmete sunulmuştur. (...) Dent Room yeni bir Grup Satın aldı, Mart 2013 itibariyle doktorlar dahil her şeyi yeniliyorlar, ve yenilenme süreci boyunca %50 indirim (...) Sağlıklı dişer güzel gülüşler sizin olsun.. (…)”* şeklinde ifadelere ve söz konusu klinik görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasının 16/7/2014 tarihli görünümlerinde talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve klinik görsellerine yer verilerek kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,7/a,7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 28/11/2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28/5/2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Dentroom Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2013/238**

**Şikayet Edilen:** **Vedat Alp Aytuğ KOLANKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.tupbebekdogum.com](http://www.tupbebekdogum.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.1.2014 – 20.2.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayet edilen [www.tupbebekdogum.com](file:///C:\Users\User\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\QRFUTDNL\www.tupbebekdogum.com) adresli internet sitesinin 28.01.2014 tarihli görünümünde;

- “Ana sayfa” başlığı altında, *“En değerli varlığınıza sahip olmanız için; çok özel şartlar sunmaya devam ediyoruz…”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, aynı internet sitesinin 20.02.2014 tarihli görünümünde;

***-*** “Tüp Bebek Merkezimiz” başlığı altında, *“Ülkemizde yaklaşık 1.5 milyon çifti ilgilendiren önemli bir sosyal, psikolojik ve ekonomik sorun olan Infertilite tedavisinde Op.Dr.Aytuğ Kolankaya ve ekibi, öncü bir konumdadır.Son yıllarda yardımcı üreme teknolojilerinde kaydedilen hızlı gelişmeler, ekibimiz tarafından uygulanmakta olup, kadın ve erkeğe ait sorunların çoğunun tedavisinde başarılı sonuçlar elde edilmektedir. Son derece başarılı bir gebelik ortalamasına sahip olan Op.Dr.Aytuğ Kolankaya ve ekibi, teknoloji ve gelişmeleri sürekli takip etmekte ve dünyanın en gelişmiş merkezleriyle eşzamanlı olarak uygulamaktadır.Profesyonel ve deneyimli doktor, laboratuvar, hemşire ve hasta danışmanı ekibimiz tedavi sürecindeki çiftlere her türlü tıbbi desteği ve olanağı sağlamayı amaç edinmiştir. Mahremiyetinize saygı, ekip için en büyük hassasiyet noktalarından birini oluşturmaktadır. En önemli başarı kriteri çiftlerin doğru ve bilimsel bir yaklaşımla tedavi hizmeti alabilmeleridir. Çiftlerin infertilite sorunları birbirinden farklı ve o çifte özeldir.Başarımızın temelini de “Her Çifte Uygun ve Özel Çözüm” felsefesi oluşturmaktadır.Bu felsefeden hareketle Ekibimiz, infertilite alanında Biyokimya, Mikrobiyoloji, Üreme, Tıbbı Genetik Tanı laboratuvarları, Embriyo ve Sperm Dondurma işlemleri, Laser Hatching, dirençli vakalarda Kokültür uygulamaları, ayrıntılı Androloji, Üroloji ve Jinekoloji takipleri sayesinde yüksek gebelik oranlarına ulaşmaktadır.”,*

***-*** “Tüp Bebek” başlığı altında, *“Tüp bebekte başarı için”,* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yapılan tanıtımların kuruluş lehine talep yaratmaya yönelik olduğu, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların da;

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddesi,
* Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* Üremeye Yardımcı Tedavi Uygulamaları ve Üremeye Yardımcı Tedavi Merkezleri Hakkında Yönetmeliğin 18 inci maddesi
* Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,
* Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vedat Alp Aytuğ KOLANKAYA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2014/645**

**Şikayet Edilen:** **İsmail DEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:**<http://kanaraniyor.net> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 4.6.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayet edilen internet sitesinin 4.6.2014 tarihli görünümünde,

***-*** *“Kan Vermenin Faydaları?”* başlığı altında,

*“\* Kemik iliğinin yağlanmasını önleyip, kan yapımı canlı tutulur.*

*\* Verilen kanın yerine, anında vücuttan genç hücreler dolaşımına katıldığı için, bağışçı daha dinç ve canlı olur.*

*\* Kandaki yüksek yağ oranı düşer.*

*\* Kan bağışı kalp krizi ihtimalini %90 azaltır.*

*\* Kan bağışlayan kişide baş ağrısı, stres, yüksek tansiyon, yorgunluk gibi rahatsızlıkların giderilmesinde çok büyük katkısı olur.*

*\* Kan bağışçısı her kan verdiğinde:*

*AIDS , Hepatit B , Hepatit C , Sifiliz*

*Kan grubu taramasından ücretsiz olarak yararlanmış olur.*

*\* Trafik kazasında yaralanan bir kimsenin, kan uyuşmazlığı olan bir bebeğin, kan bulunmazsa ölecek bir hastanın sizin verdiğiniz kanla kurtulmasının, size verdiği manevi duygu ölçüsüzdür. Bağışınız çok insancıl ve onurlu bir davranıştır.*

*Sürekli ve düzenli kan bağışlayanlara:*

*10 bağışta Bronz Madalya*

*25 bağışta Gümüş Madalya*

*35 bağışta Altın Madalya*

*40 bağışta Plaket verilerek taltif edilir.*

*\* Kan bağışında bulunanlara KAN SİGORTA KARTI tahsis edilir. Bu kart gerçekleşmesini arzu etmediğimiz acil kan ihtiyaçlarında size ve soyadınızı taşıyan tüm yakınlarınıza tüm Kızılay Kan Merkezlerinden azami öncelikli kan alma ve sosyal güvencesi olmayanlar için ücretsiz kan temin edilmede kullanılır.*

*Kan bağışı tecrübeli hekimlerimiz tarafından muayene edilerek gerçekleştirilir.*

*Bu bilgiler http://www.kizilay.org.tr 'den alınmıştır.”* ifadelerine yer verildiği,

- Sitenin isminin “kanaraniyor.net” olarak tanımlanarak, *“Kanbankası, bir yaşama bir umut, sende gönüllü ol bir damla kan ile hayat kurtar.”* sloganının kullanıldığı,

- Ana sayfada, *“acil duyurular”* başlığı altında kan ihtiyacı olan hastaların isimlerine ve onlara ait iletişim bilgilerine yer verildiği,

- *“Gönüllü ol”* başlığı altında, kan bağışçısı kaydı yapıldığı,

-*“Kan Ara”* başlığı altında gerekli bilgilerin doldurulmasıyla çıkan *“Gönüllü Listesi”* başlığı altında gönüllü olarak nitelendirilen kan bağışçılarının isimlerinin ve iletişim bilgilerinin beyan edildiği,

- “*Kan Bağışı Nasıl Yapılır?”* başlığı altında, *“Kan merkezine gelen gönüllüler yani donörler, ilk olarak donör formunu doldurur. Bu form, kişinin donör olup olamayacağını anlamaya yönelik bazı sorulardan oluşmaktadır. Formun ikinci sayfasında ise, kişiye ait kimlik, adres ve bağış bilgileri bulunmaktadır. Donör olabilmek için gerekli koşullardan biri, Hemoglobin düzeyinin istenilen değerlere sahip olmasıdır. Toplumumuzda oldukça sık rastlanan anemi hastalığı, yani kansızlık, elbetteki kan bağışı için en sık karşılaşılan engeldir. Erkeklerde 13,5 g/dL'nin, kadınlarda ise,12,5 g/dL'nin üzerindeki hemoglobin değerleri donör olunması için yeterlidir. Bu testler, kan merkezlerinde Bakır Sülfat Solüsyonu kullanılarak yapılmaktadır. Kişinin hemoglobin düzeyi, kan bağışı için uygunsa, arteriyal tansiyon ölçümüne geçilir. Sistolik tansiyon 180 mmHg'nın, diyastolik tansiyon ise 100 mmHg'nın üzerinde olmadığı sürece, kan bağışı yapılabilir. Kan alma yatağına uzanan gönüllü donörler, kan alımı için uygun bir damar belirlenir ve antiseptik bir solüsyonla, içten dışa doğru dairesel olarak cilt temizliği yapılır. Antiseptik solüsyonun etkinliğini sağlayabilmesi için kuruması beklenmelidir. Bu süre, kullanılan sıvıya bağlıdır, ancak genellikle 30-45 sn kadar beklemek yeterli olur. Ardından sterilite şartlarını bozmamak kaydıyla, damara girilir.İğnenin damara sokulmasıyla birlikte kan torbası dolmaya başlar. Torba içindeki antikoagülan sıvı ile kanın iyice karışması sağlanmalıdır. Bu işlem manuel olarak yapılabileceği gibi, otomatik kan alma cihazları (Sağ alttaki fotoğraf) ile daha sağlıklı olarak gerçekleştirilebilir.Kan alma işlemi yaklaşık olarak 6-10 dakika kadar sürer. Bu süre komponent imalatı açısından önemlidir. İğnenin damardan çıkarılmasınından sonra, cilt bölgesi tekrar dezenfekte edilir ve steril bir gazlı bezle kapatılır. Donörün birkaç dakika kompres yapması sağlanır. Kan torbasının seti kapatıldıktan sonra iğneye doğru olan kısım kesilir. Setin bu kısmından alınan kan örneği test çalışmalarında kullanılır. İğne kısmı da kesilerek setten ayırılır.Gönüllü donör,bağıştan sonra ikram bölümüne alınır ve yiyecek-içecek ikramı yapılır.”* ifadeleri ile kan merkezi ve kan almaya ilişkin görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** "kanaraniyor.net" adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile söz konusu internet sitesinin kan alıcı ve vericilerini bir arada buluşturan Kızılay’dan bağımsız bir kan bankası izlenimi oluşturduğu; ancak, ilgili mevzuat gereği Bölge Kan Merkezleri dışındaki kurum, kuruluş ve sivil toplum örgütlerinin kan bağış organizasyonu yaparak kan bağışı sağlama işlemini yapamayacağı; dolayısıyla, kan bağışçısı toplama ve buluşturma amaçlı olarak kurulmuş olan sitede yer alan tanıtımların,

* Kan ve Kan Ürünleri Yönetmeliği’nin 4/ç, 9 ve 18 inci maddeleri,
* Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2014/684**

**Şikayet Edilen:** **Miyang Medical Sanayi Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.miyang.com.tr](http://www.miyang.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 6.6.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şikayet edilen kuruluşa [www.miyang.com.tr](file:///C:\Users\User\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\QRFUTDNL\www.miyang.com.tr) adresli internet sitesinin 6.6.2014 tarihli görünümünde,

- *“MY-8000A+”* başlığı altında, *“Miyang MY-8000A+ Termal mesaj yataklarının ‘tepeden topuğa kadar el değmeden’ masaj sayesinde, hiçbir ücret ödemeden müzminleşmiş sırt, bel, boyun ve bacak ağrılarınızdan kurtulabilirsiniz. Çünkü yatağımız omurganızın olması gereken eğriliğine kavuşması konusunda size yardımcı olacaktır. MİYANG MY-8000A+NEDİR?:Miyang masaj yatakları termo fonksiyonu ’70 C’ye kadar ısı tüm omurga ile topuklara kadar belirlenmiş akupunktur noktalarına mesaj fonksiyonunu birlikte barındıran, herkesin kolayca kullanacağı bir mesaj yatağıdır. UZUN KIZIL ÖTESİ IŞINLAR:Miyang masaj yataklarının hem üst hem de alt minderinde bulunan Jade’den (Yeşim taşları) yayılan 4-16 um dalga boyundaki uzun kızıl ötesi ışınlar sayesinde her gün vücudunuza zararsız güneş ışığı alırsınız. Uzun kızıl ötesi ışınlar vücudun D vitamini ihtiyacını destekleyerek kas ve kemik yapısının güçlenmesini sağlar, kandaki akyuvar sayısını arttırıp bağışıklık sistemini güçlendirir, Modern Tıp 30 yıldan beri hastalıkların tedavisi için uzun kızıl ötesi ışınları kullanmaktadır.Bel ve boyun fıtığı-kireçlenme-şeker-tansiyon düzenlemesi-prostat-kadın hastalıkları-romatizma-idrar kaçırma-basur-bağırsak düzenlemesi-eklem ağrıları-baş ağrısı-migren-zayıflama-sinüzit-sinir sistemi ve psikolojik rahatlama konularında size yardımcı olacaktır.”,*

- *“Isı Şiltesi”* başlığı altında, *“TÜRKİYE DE BİR İLK MİYANG YEŞİL YEŞİM TAŞLI KUDULCANG (ISI ŞİLTESİ): Negatif iyon yayarak havanın temizlenmesine, Hemoroid, kabızlık ve prostat rahatsızlıklarından kurtulmanıza eklem ağrılarına neden olan kıkırdak dokularının canlanmasına diz ağrılarının önlenmesine, Kadın hastalıklarının düzenli olmasına, Vücutta bulunan toksin ve lipidlerin atılmasına, Uyku kalitenizi artırarak bağışıklık sisteminin güçlenmesine, Elektromanyetik dalgaların (radyasyonun) nötralize edilmesine yardımcı olur.”MİYANG KUDULCANG ANA KUCAĞI KADAR SICAK: (…)Lişahg şexiy muruycang’da taşların her santimetre küpünde canlılara çok faydalı olan ve az bilinen 800- 1000 negatif iyon mevcuttur, bu iyonlar havanın temizlenmesini pis kokuların %95, bakteri ve mikropların %90 oranında giderilmesini sağlar, miyang yeşil yeşim taşlı kudulcang düzenli kullanıldığında dolaşım, metabolizma, lenf sistemi hızlanır, bağışıklık sistemi güçlenir, kaslar ve sinir sistemi olumlu yönde etkilenir negatif iyonlar kanı temizler, hücreleri yeniler, iç organ fonksiyonlarını dengeler, otonom sinirlarini kontrol eder, Miyang yeşil yeşim taşlı kudulcang’a yeni doğmuş bebekler ve çocuklar yetırılabilir. Bebeklerin gaz sorununu hafifleterek rahat uyumalarını sağlar.”,*

- *“Kombili Yatak”* başlığı altında, *“KOMBİLİ YEŞİM TAŞLI TERMAL YATAKLA GECELERİNİZ KORKUSUZ VE RAHAT GEÇSİN: Uyku düzensizliğini dengeler, Kılcal damarlardaki kan akışının normale dönmesini sağlar, Kadın hastalıklarını düzene sokar, Toksinlerin atılmasına yardımcı olur, Sinir sisteminin rahatlamasını sağlar, Yaşam kalitenizin artmasını sağlar.(…)* *Bu taşlar sayesinde kılcal damarlardaki kan akışının hızlanması, ölü hücrelerin canlanması ve uyku düzensizliğinin ortadan kalkması vs. sağlanmıştır.(…)”*

- *“Yeşim Taşının Faydaları”* başlığı altında, *“(…)Çeşitli doğu tıbbı kitaplarına göz atacak olursak, yeşim incinmiş organları iyileştirmeye yönelik olup, atık maddelerin vücuttan dışarı atılmasına yardımcı olur.Çin tarihine göre, yeşim içinde bir tür iyileştirme gücü barındıran gizemli bir taştır. Kalsiyum, magnezyum, demir gibi vücudumuzun 3 temel bileşenlerini içerir. Bu nedenle yeşim yüksek tansiyon, diyabet, böbrek yetmezliği ve dolaşım bozukluğu gibi sorunları olanlar için doğal bir iyileştirme yöntemidir. Hamileler ve regl olmayanlar (adet görmeyenler) yeşim taşı takmak durumundadır. Çünkü bu kadınlarda kalsiyum, demir ve magnezyum eksikliği söz konusudur. Yeşim aynı zamanda cildi mor ötesi ışınlardan korur ve yüksek tansiyonun yanısıra, bunamayı da önleyici özelliği vardır. Yeşim konsantrasyonu ve karar verme yetisini geliştirerek beynin alfa ışınlarını etkiler.* *Yeşim, insanları neşelendiren bir özelliğe de sahiptir. Ayrıca rahatlatma etkisi de mevcuttur. Yeşim taşının Çin tarihinde insan vücudu üzerindeki mucizevi etkisi nedeniyle kraliyet ailesi tarafından da kullanıldığı bilinmektedir. Yeşim, hücre yaşlanma sürecini yavaşlatır ve aynı zamanda vücudun doğal savunmasını ve iyileştirme gücünü daha da güçlendirir. Miyang da uzak kızıl ötesi ışınları kullanmış olduğundan, uzak kızıl ötesi ışınları iletme özelliğinden dolayı yeşimin kullanılması sonderece önemlidir. Isıtıldığında yeşim negatif iyonlar salar ve bu iyonlar da vücudun yaşlanmayı geciktirici sistemi için gereklidir. Ayrıca yeşim vücudumuzdaki chi nin dolaşımına da yardımcı olur. Alternatif tıpta chi güçtür, her şeyin özüdür. Chi düzeyi düştüğünde vücudumuzun hastalıklara direnci de azalmış olur.YEŞİM TAŞI’NIN METAFİZİKSEL VE PSİKOLOJİK ETKİLERİ: Bolluğun sembolü olarak bilinen yeşim taşının, safra kesesi ve böbrek rahatsızlıkları için iyi geldiği söylenir, Kişiyi duyguların tutsaklığından kurtararak görüşünü netleştirir, Aşırıya kaçan duygusallıkları dengeler, Zihinsel odaklanmayı gerektiren çalışmalarda yardımcı olur, İçiniz korku ve endişeyle dolduğunda huzur ve güven verir. Kişinin kendini zayıf ve güçsüz hissettiği anlarda yeşimi kalbinin üzerine koyması içini rahatlatır, Elde tutulduğunda ısınarak rahatlatıcı bir his verir, Kendisini taşıyan kişilere akıl, cesaret ve adalet duyguları verir. Kazanılan başarının sonucunda insanın içinde doğabilecek olan kibir duygusunu engeller, Sihir ve büyüden koruyan bir taştır. Mutluluk taşıda denilir, Akıl hastalığına iyi gelir, Stresten kurtarır. Güzel rüyalar görmeye yardımcı olur, Günlük kullanım için çok uygun bir taştır. Dengeli ve iyileştirici olan yeşil rengin etkisine sahiptir. Mücevher olarak özellikle konuşmacılar ve öğretmenler tarafından kullanılabilir.YEŞİM TAŞININ FİZİKSEL ETKİLERİ:Pisliklerin bedenden atılmasını sağlar. Antioksidandır, Gözler için şifalıdır, Göz bozukluğuna iyi gelir, Adet ve Doğum sancılarını giderir, Diş problemleri ve ağrılarında faydalıdır. Ağzın içine yerleştirilen yuvarlak biçimli bir yeşim taşı, dişin yanında durur ve konuşulduğunda diş için rahatlatıcı etkisi olan titreşimler yayar.MUYU TAŞI: 240 milyon yaşında, yüksek dağların antik nehirlerinde bulunan kaynakları sınırlı, nadir ve değerli bir taştır.Muyu taşı bünyesinde bulunan selenyum, çinko molibden, gibi birçok element sayesinde, metabolizmanın hızlanmasına ve enzim, aktivitelerinin artmasına yardımcı olur.Kan akışına yardımcı olur, toksinlerin atılmasına destek verir.. Böylece Anti aging (yaşlanmayı) geciktirici etki sağlar.Yapılan deneylerde, Muyu taşının tümüre karşı direnci arttırdığı ve tömürün büyümesini engellediği, ispatlanmıştır.Uzun süre kullanılması ile cildi canlandırır. Büyümeyi destekler, zekayı arttırır, gelişmeyi hızlandırır ve saç dökülmesini önler.Çok değerlidir adeta bir sağlık hazinesidir. Damar sertliği ve hipertansiyona iyi gelir.Bağışıklık sisteminin güçlenmesine, normal şeker metabolizmasının korunmasına ve kan dolaşımının düzenlenmesine yardımcı olur.Muyu taşını kullanıyorsanız, içindeki elementler sayesinde daha kaliteli bir hayat yaşayabilirsiniz.”,*

şeklinde ifadelere yer verildiği; tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan iddiaların ispatlanması gerektiği; bu nedenle 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; ancak inceleme konusu internet sitesi tanıtımlarında yer alan iddiaların mevzuata uygun biçimde ve bilimsel anlamda geçerli olan belgelerle ispatlanamadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte değerlendirildiği kanaatine varılarak; tüm bu durumların,

* Tıbbi Cihaz Yönetmeliği’nin 5, Ek-I/1, Ek-I/6, Ek-X/1.1 inci maddeleri,
* Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nin 15, 16/2, 16/3, 16/4, 16/5 ve 28/2 inci maddeleri,
* Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Miyang Medical Sanayi Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2014/948**

**Şikayet Edilen: Aksu Estetik Yayın İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Cindy Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cindyguzellik.com](http://www.cindyguzellik.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.7.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cindyguzellik.com](file:///C:\Users\User\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\QRFUTDNL\www.cindyguzellik.com) adresli internet sitesinin 17.7.2014 tarihli görünümünde,

- "Poliklinik" başlığı altında, *"* *1990 yılından beri sizlerle profesyonel güzellik hizmetleri sunmanın gururunu yaşıyoruz. Konusunda yetkin kadromuzla cilt ve vücut estetiği alanında en yeni ve ileri teknoloji sistemlerini kullanmaya odaklıyız. Sizlere sunduğumuz hizmet kalitemizi sürekli yükseltmeyi hedefliyoruz. Tüm hizmet birimlerimiz ile güzelliğe giden yolculığunuzda ihtiyaçlarınızı karşılıyoruz."*

- "Diyot Lazer Epilasyon" başlığı altında, *" (...)Epilasyon işleminin çekinildiği yüz, boyun ve ense gibi ince kıllarda olduğu alanlarda önemli derecede avantaj sağlar ve başarılı epilasyon gerçekleştirilir.(...) Diyot lazerle yüz bölgesinde hormonal bozukluk olan kişilerde bile tatmin edici sonuçlar alınmaktadır.(...) Diyot lazer epilasyon esnasında soğutma sistemi sayesinde hasta için konforlu bir lazer epilasyon deneyimi gerçekleşir."*

- "Slimlipo" başlığı altında, *" En gelişmiş R.E.T. (Rezistanslı Elektrik Transferi) teknolojisine dayanmaktadır.(...)"*

- "K9 Body Shaping" başlığı altında, *" (...)Sonuç olarak kırışıklıkar ve yara izleri giderilir, gözenekler sıkıştırılır ve yenilenme sağlanır.(...)Hücreleri aktif hale geçirir, cildin elastikliğini düzeltir, kan dolaşımını düzenler ve lenf sistemi üzerinden detoksifikasyon sağlar.(...)Cilt altındaki yağları ve ekstrüde kılcal damarları etkin bir şekilde parçalar, lenf drenajını artırır, metabolizmayı canlandırır ve yağ deposunun hacmini küçültür.(...)Aynı zamanda vakum, cilt altındaki yağları ve ekstrüde kılcal damarları etkin bir şekilde parçalar, lenf drenajını artırır, metabolizmayı canlandırır ve yağ deposunun hacmini küçültür ve vücut konturunu büyük ölçüde düzeltir."*

- "V8 Plus Shape&Smooth 5'li Teknoloji" başlığı altında, *" (...)Masaj sinir sistemine etki ederek ağrıları azaltıyor ve rahatlık sağlıyor. Lenf drenaj masajının en önemli özelliği, vücutta lokal kilo ve selülite yol açan ödem ile toksinlerin atılmasını ve dolaşım sisteminin düzenlenmesini sağlamasıdır. Böylelikle metabolizma da hızlanır. Silindir mekanizması vakum özelliği kullanıldığında ise etkin biçimde deri altındaki yağı parçalar ve yağ hücrelerinin küçülmesini sağlar."*

- "Aromaterapi İle Lenfdranaj Masajı" başlığı altında, *" (...)Cindy'nin özel hazırladığı bitkisel yağlar ve profosyonel ekibiyle cildinizi yumuşatarak ve canlandırarak rahatlatacaktır."*

- "Profesyonel Cilt Bakımı" başlığı altında, *" (...)Sivilcelerle başınız dertte mi? Akne, leke ve sivilce izlerinizi yüzünüzden temizlemek mi istiyorsunuz?(...)"*

- "Cilt Gençleştirme Leke Tedavisi" başlığı altında, *" (...)Fraksiyonel karbondioksit lazer, derin kırışıkları düzeltmeye yardımcı, sıkı, yeni ve genç bir cilt oluşumunu destekleyen güvenli ve etkili bir lazerli cilt yenileme yöntemidir.(...)Bu teknikte binlerce mikroskobik ısı kolonu cildin derinine inerken, zarar görmüş eski cilt hücreleri temizlenir; genç, parlak ve sağlıklı yeni hücrelerin gelişimi desteklenir.(...)"*

- "Erbium Yağ Lazer" başlığı altında, *" Erbium Yag Lazer ile doğum sonrası çatlak tedavisi(...)Derini üst tabakasının yani epidermisin kontrollü ve acısız  bir şekilde soyulmasını, hasarlanmış ve çatlamış deri yüzeyinin yeni ve pürüzsüz bir  cilde bırakılmasını sağlar."*

- "Dövme Silme" başlığı altında, *" (...)çil, güneş lekelerinin giderilmesinde ve kaş kontörünü silmede oldukça başarılıdır."*  ifadelerine yer verildiği,

- "Ana sayfa, Poliklinik, Online Randevu, Sorunuzu Gönderin, İletişim" başlıkları altında kliniğe ait görüntülere yer verildiği,

- "The Body Lab, The Face Lab, Manuel Derma Roller Dts Genosys, Eyecell" başlıkları altında kuruluşta kullanılan cihazların övücü nitelikte tanıtımının yapıldığı;

Bununla birlikte reklam veren firma hakkında daha önce sırasıyla,

* Reklam Kurulu’nun 14 Ekim 2008 tarih ve 157 sayılı toplantısında [www.cindylazer.com](http://www.cindylazer.com) adresli internet sitesi ile ilgili olarak **anılan reklamları durdurma cezası,**
* Reklam Kurulu’nun 16 Aralık 2008 tarih ve 159 sayılı toplantısında www.cindylazerepilasyon.comadresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili olarak **ulusal düzeyde (60.000 YTL) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları,**
* Reklam Kurulu’nun 09 Haziran 2009 tarih ve 165 sayılı toplantısında www.aksuestetik.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile ilgili olarak **ulusal düzeyde (67.200 TL) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları,**

verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; tüm bu durumların,

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü maddesi,
* Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesi,
* Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aksu Estetik Yayın İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Cindy Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleriuyarınca **50.000 TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** cezaları verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2014/686**

**Şikayet Edilen: Elegant Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [www.elegantepilasyon.com](http://www.elegantepilasyon.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet Sitesi

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görünümünde, *“Hızlı acısız etkili. İstenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı ve kolay yolu: SPA-SHR istenmeyen tüylerin acısız bir şekilde alınmasını ve vücutta bitmesini sağlayan ve Alma Laser patentli en etkili ütüleme sistemi epilasyon cihazlarının başında gelir. Bayanlara özel tüm vücut ütüleme kampanyası. Gerçek ütüleme epilasyon sistemi ile tüm vücut 899TL. LPG harikası ile iki beden incelme kampanyası. 1,5 ayda 2 beden incelme garanti. 10 seans LPG sadece 799 TL."*  ifadeler ile " Hakkımızda" bölümünde yer alan *" Güzellik alanında, özellikle modern epilasyon uygulamaları, cilt bakımı uygulamaları, bölgesel incelme ve selülit tedavisinde 10 yılı aşkın bir süredir başta İstanbul ve Ankara olmak üzere  diğer illerde edinilen deneyim ve tecrübe sayesinde artık bir marka haline gelen Elegant Güzellik, edinmiş olduğu bu tecrübeyi yeni teknolojilerin takibi ile  harmanlayarak ve kaliteden ödün vermeksizin %100 müşteri memnuniyeti kalite politikasını benimseyerek İzmir şubesinde deneyimli personeli ve estetisyenleri ile hizmet vermeye devam etmektedir.. Çok fazla müşterimizin olması, Kaliteli ve hızlı işlem yapabilme kabiliyetimiz, Yeterli sayıda alanında çok başarılı uzman ve estetisyen çalıştırmamız, Sektörü teşvik edecek cazip kampanyalarımız, Müşteri memnuniyetinin yüksek olmasından dolayı reklam giderlerimizin düşük olması, Sadece tek seans değil paket program satışları ile gelecekteki hasta kapasitesini planlayabilmemiz, en önemlisi “İzmir’de marka olmak” hedefimiz ile  kâr etmekten ziyade müşteri memnuniyeti kazanma ilkemiz ve bu sebepleri çoğaltacak bir çok nedenle, İzmir’de ütüleme epilasyon işlemlerinde alanında tartışmasız en iyi cihaz olan, %90-95 oranında başarılı sonuçlar alındığı Dünya genelinde 40’dan fazla klinik testleri ile kanıtlanmış olan, Avrupa Birliği uygunluk belgesi CE ve Amerika Sağlık Örgütünden alınmış FDA belgelerine sahip olan ALMA LASER SPA SHR ÜTÜLEME EPİLASYON CİHAZI ile siz değerli müşterilerimize İzmir’de en uygun fiyatları sunmaya devam edeceğiz."*  şeklinde ifadeler ile "Yorumlar" kısmında yer alan *" ben lazer epilasyon fiyatları diğer merkezlere göre daha ucuz diye bu merkeze gitmek istememiştim ama arkadaşım çok tavsiye etti koltuk altı bölgesine lazer epilasyon için gitmişti kendisi. Gerçekten hizmet kalitesiyle fiyatlar alakasızdı. Bu hizmete bu fiyat şaşırdım. Sebebini sorunca herşeyden önce müşteri memnuniyeti dediler. İzmir'e de böyle bir tesis yakışırdı. Hayırlısı olsun alsancak artık modern ve temiz bir lazer epilasyon merkezine sahip olmuş. (...) Gerçekten İzmir halkının böyle kaliteli bir hizmete ihtiyacı vardı. Özellikle lazer epilasyon merkezinin Alsancakta bulunması ulaşım açısından çok kolay.(...) Ben de internette gezerken izmir alsancak lazer epilasyon diye aratınca rastgele buldum. (...) İzmirde fiyat rekabeti için iyi oldu bu yeni lazer epilasyon merkezi."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görünümünde yer alan ifadeler ile güzellik salonunuzda lazer epilasyon yapıldığına dair tüketiciler nezdinde izlenim yaratıldığı, söz konusu tanıtımların kuruluşunuz lehine talep yaratmaya yönelik olduğu ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelik taşıdığı,

Dolayısıyla tüm bu durumların;

-15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 8. maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 20 ve 21 inci maddeleri,

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesi,

-28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elegant Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**38)**

**Dosya No: 2013/290**

**Şikayet Edilen: Bodyview İç ve Dış ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşa ait [www.lineatabs.com.tr](http://www.lineatabs.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan *“Solusitan Lineatabs”* isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet Sitesi

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin 22.02.2013 tarihli görünümünde *“Solusitanlı lineatabs yağ emlimine yardımcı olur. Solusitan=lineatabs. Yerken diyet yapın! LineaTabs, daha önce kullandığınz zayıflama ve kilo kontrolü ürünlerinden tamamen farklıdır. Lineatabs, ile eski yöntemlerdeki gibi ayrı ayrı alışveriş listeleri hazırlamak , kalori hesaplamak ve fazla kilolarınız yüzünden kendinizi kötü hissetmek gibi sorunlara veda edeceksiniz. Şimdi Lineatabs ile suçluluk duygusu olmadan yemepinizin keyfini çıkarma zamanı! Avrupa'da sağlıklı zayıflama ve doğru kiloda kalmanın en akıllı ve modern yolu olarak kabul edilen Lineatabs'ın günlük öğünlerinizden yağı güvenlice çıkardığı klinik araştırmalarla da kanıtlanmıştır. Öğünleriniz ile kullandığınızda sizin de hayret edeceğinizi garanti ediyoruz! Lineatabs'a bir kez alıştıktan sonra onsuz dışarıya çıkamayacaksınız. Çantanıza kolayca sığan, pratik, hayatı kolaylaştıran yeni lifestyle ürününüz Lineatabs ile kilo almadan yemenin keyfini yaşayacaksınız. Solusitan'ın vitamin ve mineralleri değil sadece yağları emen, yüksek kaliteli bir ürün olduğunu bilmeniz yararınızadır. Bu içerik sadece yağları emer. Solusitan nedir? Solusitan tıplu bir sünger gibi yağ moleküllerini yemeğinizden emer. Yağla beraber, Solusitan bir kütle oluşturur. Bu doğal fiber bileşen, vücudunuz tarafından sindirilmez! Normalde göbek bölgeniz, kalçalarınız ya da baldırlarınızda depolanacak olan yağ ile birlikte vücüdunuzdan doğal yollarla atılır(...) Nutritional Lifestyle Prducts, Solusitan'ın diğer Poly-D-Glucosamine bazlı ürünlerinden daha kaliteli olduğunu klinik olarak kanıtlamak için bağımsız bir laboratuvara test yaptırdı. Solusitan karışımımızın piyasadaki Poly-D-Glucosamine bazlı en iyi ürün olduğunu vurgulamak istiyoruz."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**[www.lineatabs.com.tr](http://www.lineatabs.com.tr) adresli internet sitesinin 22.02.2013 tarihli görünümünde yanıltıcı sağlık beyanlarına yer vermek suretiyle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların bu ürünler ile önlendiği, tedavi edildiği ya da tedavisine yardımcı olunduğu şeklinde iddialara yer vermek suretiyle tüketicilerin aldatıldığı, ayrıca söz konusu ifadelerin ispata muhtaç olduğu halde kanıtlanmadığı,

Dolayısıyla tüm bu durumların;

-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 Kanununun “Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklâm ile tüketici haklarının korunması” başlıklı 24. maddesi,

-29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 42/1, 42/2. maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17. maddeleri,

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesi,

-28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bodyview İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2013/ 94**

**Şikayet Edilen: Nil Sağlık Ürünleri Telekomünikasyon Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “*NİLSAĞLIK*” kodlu telefon hattından tüketicilere gönderilen “*Kibarlı Panax*” isimli ürüne ilişkin tanıtım içerikli kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.01.2013

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Söz konusu kısa mesaj metinlerinde “*Dr. Mustafa ERASLAN'ın bedava Kibarlı Panax ürünü kampanyası için Panax yaz 3834'e yolla müşteri temsilcimiz sizi arasın (1 SMS 80 kuruş)"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “*NİLSAĞLIK*” kodlu telefon hattından, 03.01.2013 tarihinde gönderilen *"Dr. Mustafa ERASLAN'ın bedava Kibarlı Panax ürünü kampanyası için Panax yaz 3834'e yolla müşteri temsilcimiz sizi arasın (1 SMS 80 kuruş)"* içerikli kısa mesajların yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olup tüketicileri aldatıcı, bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici olduğu,

Dolayısıyla tüm bu durumların;

-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 Kanununun “Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklâm ile tüketici haklarının korunması” başlıklı 24. maddesi,

-29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 42/1, 42/2. maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17. maddeleri,

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesi,

-28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nil Sağlık Ürünleri Telekomünikasyon Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2013/ 92**

**Şikayet Edilen: Nil Sağlık Ürünleri Telekomünikasyon Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından “*NİLSAĞLIK*” kodlu telefon hattından tüketicilere gönderilen “*Sigaraya Son*” isimli kampanyaya ilişkin tanıtım içerikli kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2013-30.01.2013

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Söz konusu kısa mesaj metinlerinde *" 7 günde Bakanlık onaylı garantili sigara bırakma ürünü 1 alana 1 bedava. Kargo dahil sadece 33 TL KURTUL yaz 3834'e yolla temsilcimiz sizi arasın ( 1 sms 80 kuruş)"* ve*" Bakanlığın desteklediği 7 günde sigaraya son kampanası için TÜTÜN yaz 2835'e yolla. Temsilcimiz sizi bilgilendirsin."* İfadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “*NİLSAĞLIK*” kodlu telefon hattından, 09.01.2013 tarihinde gönderilen *" 7 günde Bakanlık onaylı garantili sigara bırakma ürünü 1 alana 1 bedava. Kargo dahil sadece 33 TL KURTUL yaz 3834'e yolla temsilcimiz sizi arasın ( 1 sms 80 kuruş)"* ile 30.01.2013 tarihinde gönderilen *" Bakanlığın desteklediği 7 günde sigaraya son kampanası için TÜTÜN yaz 2835'e yolla. Temsilcimiz sizi bilgilendirsin."* içerikli kısa mesajların yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olup tüketicileri aldatıcı, bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici olduğu, ayrıca “*Bakanlık onaylı” “Bakanlığın desteklediği”* gibi ifadelere yer verilmek suretiyle anılan ürünün iddia edilen etkilere sahip olduğu ilgili Bakanlıkça onaylanmış gibi bir izlenim oluşturulduğu, oysa ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği, dolayısıyla inceleme konusu reklamların bu yönüyle de aldatıcı, yanıltıcı olduğu,

Dolayısıyla tüm bu durumların;

-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 Kanununun “Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklâm ile tüketici haklarının korunması” başlıklı 24. maddesi,

-29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 42/1, 42/2. maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17 nci maddeleri,

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16. maddesi,

-28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nil Sağlık Ürünleri Telekomünikasyon Gıda Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2014/25**

**Şikayet Edilen: Gözde İnteraktif**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.beynindopingi.info](http://www.beynindopingi.info)adresli internet sitesinde yer alan “*Nzt 48*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “*Nzt 48*” isimli ürüne ilişkin [www.beynindopingi.info](http://www.beynindopingi.info) adresli internet sitesinin 25.12.2013 tarihli görünümünde; *“Beynin dopingi. Daha kusursuz, daha zeki, daha dinç. Zeka seviyesinde artışa yardımcı. Daha hızlı düşünme ve anlamaya yardımcı. Hafızanızı geliştirmeye yardımcı. Yorgunluk unutkanlık strese yardımcı. Uykusuzluğu hayatınızdan çıkarın. Panic atak, stress halsizlik gibi günümüzün en büyük sorunlarını çözmede yardımcıdır. Kendini yenilmez hissedeceksin! İçeriğindeki A, B, C, D, E vitaminleri ile beyin fonksiyonlarını hızlandırmaya yardımcıdır. (…) Nzt48 bitkisel karışımın içerisinde bulunan A, B, C, D, E vitaminleri sayesinde uykusuzluk, yorgunluk, panic atak, stress, konsantrasyon eksikliği, odaklanamama, depresifliği ortadan kaldırmanda en etkili yardımcıdır!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verilerek, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu; ayrıca hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı rahatsızlıkların da anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu;

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24 üncü maddesinin 3 üncü bendi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

-Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

-28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Gözde İnteraktif** hakkında, 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2013/506**

**Şikayet Edilen: İlhan TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.uzamax.pro](http://www.uzamax.pro)adresli internet sitesinde yer alan “*Uzamax*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “*Uzamax*” isimli ürüne ilişkin [www.uzamax.pro](http://www.uzamax.pro) adresli internet sitesinin 01.04.2013 tarihli görünümünde; ***“****Uzamax mineral ve kalsiyumları içeren bitkisel gıda takviyesidir. Bu yüzden uzamax boyunuzu sağlıklı ve dengeli bir şekilde uzayabilir. (…) Uzamax içeriğindeki kalsiyum gibi minerallerle kemik gelişiminizi hızlandırarak büyümesini sağlar. Uzamax Tarım ve Köyişleri Bakanlığı onaylı olup kesinlikle yan etkisi bulunmamaktadır. Vücuttaki kan dolaşımının hızlanmasına ve bağışıklık sisteminin güçlenmesine etki eder. Bunların yanında metabolizmanızı düzene sokar. Boyun uzamasına yardım eden uzamax ihtiyacınız olan tüm vitaminleri barındırır. (…) Neden Uzamax? Boyunuzun uzamasına yardımcı olur. İçeriğindeki kalsiyumlar sayesinde kemik gelişiminizi sağlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verilerek, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu; ayrıca hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı rahatsızlıkların da anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu;

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24 üncü maddesinin 3 üncü bendi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 15, 17 ve 21 inci maddeleri,

-Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

-28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İlhan TUFAN** hakkında, 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2012/1265**

**Şikayet Edilen: İlhan TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.orjinalcintopu.in](http://www.orjinalcintopu.in)adresli internet sitesinde yer alan “*Çin Topu*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.08.2012

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “*Çin Topu*” isimli ürüne ilişkin [www.orjinalcintopu.in](http://www.orjinalcintopu.in) adresli internet sitesinin 13.08.2012 tarihli görünümünde; *“Çin Topu’nun etkileri; Yarım saatte ereksiyon kuvveti verebilir. Cinsel kuvveti olağan üstü arttırabilir. İktidarsızlığı giderebilir. Cinsel birleşme sayısını arttırabilir. Doğurganlık etkisi sağlayabilir. Sperma sayısını yükseltebilir. Spermanın kalitesini yükseltebilir. Cinsel birleşmedeki stresi, korkuyu ve tedirginliği yok edebilir. Ereksiyon süresini uzatabilir. Erkeğin kendine olan güvenini arttırabilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verilerek, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu; ayrıca hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı rahatsızlıkların da anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu;

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24 üncü maddesinin 3 üncü bendi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

-Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

-28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.5.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İlhan TUFAN** hakkında, 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2012/1591**

**Şikâyet Edilen: Muhammed Fatih ERDEM**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Şahsa ait [www.ginsengpanax.net](http://www.ginsengpanax.net) ve [www.kiloaldirici.net](http://www.kiloaldirici.net) adresli internet sitelerinde muhtelif ürünlere ilişkin olarak yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.09.2013, 01.04.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet Sitesi

**Tespitler:** Söz konusu [www.](http://www.)ginsengpanax.net adresli internet sitesinin 13.09.2013 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, “**Panax**” adlı ürüne ait; *“Panax Damar Açıcı, Panax faydaları hastalıklara karşı dirençli olma konusunda bulunur. . Bağışıklık sisteminin güçlenmesine ve vücudun hastalıklara karşı direnç sağlamasına etkilidir. [Panax’ın faydaları](http://www.ginsengpanax.net/panaxin-faydalari/" \t "_blank" \o "Panax'ın Faydaları) epilepsi ve kolesterol gibi hastalıklara vardır. Doğal halde bulunan bitkilerden geliştirilmiştir.Bitki özleri insan sağlığına faydalı olabilecek şekilde oluşturulmuştur. Bitkisel içeriğiyle sağlık alanında fark oluşturmaktadır. Kalp damar tıkanıklığına bitkisel destek.* ***Panax ginseng*** *birçok hastalığın tedavisinde kullanıldığı gibi kanser hastalıkları için de koruyucu önlem almaktadır. Özellikle 40 yaşın üzerinde görülen bazı kanser hastalıklarının oluşumuna engel olup, riski azalttığı gözlenmiştir.* [*Panax*](http://ginsengpanax.net) ***ginseng*** *oluşabilen kanser hastalığı süreçlerinde de vücut direncini artırarak destek sağlıyor.* ***Panax ginseng*** *zihin yorgunluğuna önlem olarak kullanılan bitkidir. Beyine giden kan dolaşımını artırarak, hastalık riskini azaltmaktadır. Yorgun zihin ve yeterli miktarda oluşmayan kan dolaşımında görülen Alzheimer özellikle ileriki yaşlarda daha sık rastlanılan bir süreçtir. Beyin yorgunluğuna karşı dayanıklılık gösteren* ***panax ginseng*** *zihin yorgunluğunu kontrol altına alarak daha kaliteli bir tedavi süreci sunar.* ***Panax ginseng*** *beden ve ruhsal yorgunluğa karşı oldukça kuvvetli etki göstermektedir. Olumlu etkileri özellikle menopoz döneminde karşılaşılan uyku bozuklukları, hormon dengesizlikleri gibi halleri düzenleme konusunda yardımcı olmaktadır.* ***UMMC*** *ye göre olumlu etkileri bilinmektedir. Menopozun getirdiği tüm olumsuz ruh hallerini düzenleyerek, uyku bozukluklarını da dengelemektedir.* ***Panax ginseng*** *böbrek fonksiyonunu düzenleyen sistemleri dengeleyerek böbrekleri koruyan şifalı bitkidir. Çeşitli hastalıkların sorunlarını tedavi eden mucize bitki, böbrek hastalıklarının tedavilerinde yıllarca kullanılmıştır.* ***Panax ginseng*** *vücudun yorgunluğunu azaltarak MS hastalığına karşı koruma sağladığı kaydedilmiştir.”* ve [www.kiloaldirici.net](http://www.kiloaldirici.net) adresli internet sitesinin 01.04.2013 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “ *Gainmax kilo aldırıcı kilo almaya yönelik hazırlanmış bitkisel besin takviyesidir. Uzmanlar tarafından belirli dozlarda hazırlanmış olup ihtiyaç sahiplerine ulaşmak için bileşimi sağlanmıştır. Tam zamanlı besleyen gıda takviyesi olduğu için… Olması gerekenden fazla zayıflık birçok olumsuz koşulları beraberinde getirir. Gainmax kilo aldırıcı ürünler sayesinde koşulların hepsi olumlu olarak geri döner…*” şeklinde tanıtımlara yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tanıtımlarda kullanılan ifadelerin tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanları olduğu, böylece tanıtımı yapılan gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden “tıbbi bir ürün” olduğu izlenimi oluşturulduğu, dolayısıyla bahsi geçen tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte Complexed Potassium 99mg Tabletsolduğu tespit edilmiş olup, anılan reklamların;

**-** Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a ve 5/b maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Muhammed Fatih ERDEM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2013/1336**

**Şikayet Edilen: Karvet Medikal Çevre Sağ. Hiz. Vet. Sarf Malz. İml. İth. İhr. Paz. – Fatih BAYRAM**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.](http://www.)karvetmedikal.com adresli internet sitesinde muhtelif veteriner tıbbi ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.karvetmedikal.com](http://www.karvetmedikal.com) adresli internet sitesinin 16.12.2013 tarihli görünümünde “***Sedatif İlaçlar*** *– Başta Control %10 olmak üzere veterinerlikte kullanılan sedatif, analjezik ve anestezik tüm ilaçların dağıtımı firmamızca yapılmaktadır”* gibi ifadelerle ürünlere ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.karvetmedikal.com](http://www.karvetmedikal.com) adresli internet sitesinin 16.12.2013 tarihli görünümünde “***Sedatif İlaçlar*** *– Başta Control %10 olmak üzere veterinerlikte kullanılan sedatif, analjezik ve anestezik tüm ilaçların dağıtımı firmamızca yapılmaktadır”* gibi ifadelerle pazarlama izni olmayan ve kitlesel iletişim vasıtalarıyla reklam ve tanıtımı yasak olan sedatif, analjezik ve anestezik etkili Control, Rompun ve Ketasol gibi ürünlerin reklam ve tanıtımının yapıldığı, dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun “Veteriner tıbbî ürünlerinin toptan ve perakende satışı, tanıtımı” başlıklı 13. Maddesinin 4. fıkrası;

**-** Veteriner Tıbbi Ürünler Hakkında Yönetmeliğin “Veteriner tıbbi ürünlerin tanıtımı” başlıklı 50. Maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Karvet Medikal Çevre Sağ. Hiz. Vet. Sarf Malz. İml. İth. İhr. Paz. – Fatih BAYRAM** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2013/1574**

**Şikayet Edilen: Hasan GEZER**

**Şikayet Edilen Reklam: :** Şahsa ait [www.propolisdamlasatis.com](http://www.propolisdamlasatis.com) adresli internet sitesinde ***“PropolisPlus Maximum Power”*** isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.](http://www.)propolisdamlasatis.com adresli internet sitesinin 28.11.2013 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, “***PropolisPlus Maximum Power*** *– Kanın temizlenmesi, diyabet, hastalık, halsizlik için doğal destek. Propolis en genel tanımı ile aslında doğadaki en güçlü koruyucu, kapatıcı, temizleyici ve en güçlü antibiyotik maddedir. Direk olarak 2 yaşından büyük herkesin alması gerekmektedir. Propolis kullanmak bizi daha dinç, daha genç, daha enerjik, daha güçlü yapmaya yardımcı olur. Birçok başarılı kişinin hayatındaki en önemli sırrı propolistir. Bunların içinde ünlüler, bilim adamları ve akademisyenler mevcuttur. Japonya ve Çin gibi Uzakdoğu ülkelerinde propolisin bu yüzyılda keşfedilen "en mükemmel doğal ilaç" olduğu kabul edilmiştir.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.propolisdamlasatis.com](http://www.propolisdamlasatis.com) adresli internet sitesinde ***“PropolisPlus Maximum Power”*** isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlarda, ürünün bir hastalığı önleme, tedavi etme veya iyileştirme özelliğine sahip olduğunu iddia eden, insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak faydalı olduğunu yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu, koruduğunu belirten sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürün ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, dolayısıyla bu ifadelerin tüketicileri aldatComplexed Potassium 99mg Tabletsıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, söz konusu reklamların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 6 ncı maddeleri

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi, “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40. ıncı maddesinin 1. bendi , “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2. bentleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 4822 sayılı Kanun’la değişik 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hasan GEZER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2014/707**

**Şikayet Edilen: Doğtat Gıda Üretim San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: :** Firmaya ait ***“Doğtat”*** markalı ürün etiketleri üzerinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün etiketi

**Tespitler**: Firmaya ait Doğtat markalı muhtelif hazır gıda ürünlerinin etiketleri üzerinde Türkiye Sağlık Vakfı adına tescilli vakıf ismi ve logosunun vakfa ait herhangi bir yazılı izin, adı geçen vakıf ile firma arasında akdedilmiş herhangi bir hukuki sözleşme bulunmadığı halde kullanıldığı, bununla birlikte adı geçen vakıf tarafından verilmiş hiçbir yazılı izin bulunmadığı halde firmaya ait “Doğtat” markalı ürün etiketleri ***“Türkiye Sağlık Vakfı, Öneriyoruz, doğal katkısız ürünleri”***ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait **“Doğtat”** markalı ürünlerin etiketleri üzerinde, **Türkiye Sağlık Vakfı** adına tescilli vakıf ismi ve logosunun vakfa ait herhangi bir yazılı izin, adı geçen vakıf ile firma arasında akdedilmiş herhangi bir hukuki sözleşme bulunmadığı halde kullanıldığı, bu durumun da söz konusu vakfa ait marka hakkının ihlali anlamına geldiği, adı geçen vakıf tarafından verilmiş hiçbir yazılı izin bulunmadığı halde “Doğtat” markalı ürün etiketleri üzerinde vakfa ait tescilli logo ile beraber kullanılan ***“Türkiye Sağlık Vakfı, Öneriyoruz, doğal katkısız ürünleri”***ifadesinin, tüketiciler nezdinde Doğtat markalı ürünlerin Türkiye Sağlık Vakfı tarafından önerildiği algısı yarattığı, aynı ifadelerin anılan ürünlerin Türkiye Sağlık Vakfı tarafından sağlıklı, katkısız ve doğal olarak değerlendirildiği izlenimi oluşturduğu, hiçbir koşulda doğru ve dürüst olmayan ürün tanıtımları ile tüketicilerin aldatıldığı ve yanıltıldığı, tecrübe ve bilgi eksiklikleri istismar edilerek tüketici güveninin kötüye kullanıldığı, dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 15/a, 15/b ve 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Doğtat Gıda Üretim San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **5.000.-TL (Beşbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2014/714**

**Şikayet Edilen: Has Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından ***“Panda – Hazlı ve Öfkeli”*** başlığı ile [www.panda.com.tr](http://www.panda.com.tr) adresli internet sitesi ile Facebook, Twitter, Youtube gibi dijital mecralarda yayınlanan reklam ve tanıtımda yer verilen ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Firma tarafından [www.panda.com.tr](http://www.panda.com.tr) adresli internet sitesinde, Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal mecralarda ve benzeri dijital ortamlarda ***“Hazlı ve Öfkeli”*** başlığı ile *“Algida Magnum”* markalı ürüne ait dondurma reklamlarına atıf yapılarak, *“Magnum”* reklam ve tanıtımlarında kullanılan görsel sunum ve içeriklere benzer unsurlara yer vermek suretiyle bir reklam filmi yayınlandığı;

**a)** Reklamda eve gelen kadının buzdolabından *“Magnum”* markalı ürüne benzeyen bir dondurma alarak koltuğa oturduğu, dış sesin yönlendirmesi ile dondurmayı yemeye başladığı, filmin devamında saksafon çalan yarı çıplak bir adam ile palmiye yaprağı sallayarak dondurma yemekte olan kadına hizmet eden bir kişinin kadraja girdiği, kadının çikolatalı dondurmayı ısırması esnasında çıkan sesin bir havucun kırılması ile elde edildiği şeklinde bir izlenim oluşturulduğu;

**b)** Filmde kadının kocası olarak sunulan şahsın eve geldikten sonra kadına sorduğu ***“Yine mi zevk peşindesin?”*** sorusu ile incelemeye konu reklam kampanyasına ait ***“Hazlı ve öfkeli”*** sloganının, *“Magnum”* markalı ürüne ait geçmiş reklam kampanyalarında kullanılan ***“Haz peşindeysen”*** sloganı ile örtüştüğü, dolayısıyla söz konusu reklamda, Algida Magnum markalı ürüne yönelik geçmişte yürütülen reklam kampanyalarında kullanılan içerik, görsel sunum ve sloganlara benzer unsurlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.panda.com.tr](http://www.panda.com.tr) adresli internet sitesinde, Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal mecralarda ve benzeri dijital ortamlarda ***“Hazlı ve Öfkeli”*** başlığı ile *“Algida Magnum”* markalı ürüne ait dondurma reklamlarına atıf yapılarak, *“Magnum”* reklam ve tanıtımlarında kullanılan görsel sunum ve içeriklere benzer unsurlara yer vermek suretiyle bir reklam filmi yayınlandığı;

**a)** Reklamda eve gelen kadının buzdolabından *“Magnum”* markalı ürüne benzeyen bir dondurma alarak koltuğa oturduğu, dış sesin yönlendirmesi ile dondurmayı yemeye başladığı, filmin devamında saksafon çalan yarı çıplak bir adam ile palmiye yaprağı sallayarak dondurma yemekte olan kadına hizmet eden bir kişinin kadraja girdiği, kadının çikolatalı dondurmayı ısırması esnasında çıkan sesin bir havucun kırılması ile elde edildiği şeklinde bir izlenim oluşturulduğu;

**b)** Filmde kadının kocası olarak sunulan şahsın eve geldikten sonra kadına sorduğu ***“Yine mi zevk peşindesin?”*** sorusu ile incelemeye konu reklam kampanyasına ait ***“Hazlı ve öfkeli”*** sloganının, *“Magnum”* markalı ürüne ait geçmiş reklam kampanyalarında kullanılan ***“Haz peşindeysen”*** sloganı ile birebir örtüştüğü, dolayısıyla söz konusu reklamlarda, Magnum markalı ürüne yönelik geçmişte yürütülen reklam kampanyalarında kullanılan içerik, görsel sunum ve sloganlara benzer unsurlara yer vermek suretiyle rakip firma reklamlarının alay edilerek kötülendiği, tüketiciler nezdinde küçük düşürülerek firma imajına zarar verildiği, böylelikle rakip firma ürün ve reklamlarını hedef alan bir reklam kampanyası ile *“Magnum”* markalı ürüne ilişkin olumsuz bir algı yaratılarak dürüst rekabet ilkesinin ihlal edildiği;

**c)** Reklam filminin devamında kadının kocası olarak filmde yer alan şahsın, palmiye yaprağı sallayan kişiye yönelik olarak kullandığı argo ifadenin sansürlenerek yayınlanmış olduğu halde ortalama tüketici tarafından anlaşılabildiği ve mevzuatta yer alan *“reklamlar genel ahlaka uygun olmalıdır”* ilkesine aykırı olarak değerlendirildiği, bununla birlikte rakip firma tarafından düzenlenen hediye ürün kampanyalarının, *“çıksa da vergisini ödeyemezsiniz zaten”*, *“çubuktan çıkmayan kodu hiçbir yere göndermeyin”* gibi ifadelerle kötülendiği, alay edilerek küçük düşürüldüğü ve tüketiciler nezdinde değersizleştirilerek dürüst rekabet ilkelerine aykırı davranıldığı; dolayısıyla reklamda yer alan sunum ve ifadelerin tüketicileri aldatComplexed Potassium 99mg Tabletsıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, söz konusu reklamların;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi,

**-** Türk Ticaret Kanunun “Haksız Rekabet” ve “Dürüstlük kuralına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” başlıklı 55 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 6, 7/a, 7/c-1, 11, 14, 15/b, 16 ve 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Has Gıda San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **50.000.-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2014/191**

**Şikayet Edilen: Burak NEBİOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Burak Nebioğlu isimli şahsa ait[www.nzt48mucizesi.net](http://www.nzt48mucizesi.net) adresli internet sitesinin 27.01.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“NZT 48 Discover Yourself****”*** isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.nzt48mucizesi.net](http://www.nzt48mucizesi.net) adresli internet sitesinin 27.01.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“NZT 48 Discover Yourself”*adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“ Beynin dopingi, daha zeki kusursuz ve dinç olacaksınız. Hızlı okuma ve anlama, mükemmel konsantrasyon, uykusuzluk, stres, panik atak sorunlarının çözümü, muhteşem hafıza yeteneğine sahip olacaksınız. Kendi kusursuz hissedeceksin. Tam etkili zeka geliştirici formül. Hafızanı 3 kat güçlendirir. Yorgunluk, stres, unutkanlık, uykusuzluk, panik atak, halsizlik bitti. Zekayı tam etkili geliştirdiği kanıtlanmıştır. Daha hızlı düşünme ve anlamada maksimum artış.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.nzt48mucizesi.net](http://www.nzt48mucizesi.net) adresli internet sitesinin 27.01.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“NZT 48 Discover Yourself”*adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“ Beynin dopingi, daha zeki kusursuz ve dinç olacaksınız. Hızlı okuma ve anlama, mükemmel konsantrasyon, uykusuzluk, stres, panik atak sorunlarının çözümü, muhteşem hafıza yeteneğine sahip olacaksınız. Kendi kusursuz hissedeceksin. Tam etkili zeka geliştirici formül. Hafızanı 3 kat güçlendirir. Yorgunluk, stres, unutkanlık, uykusuzluk, panik atak, halsizlik bitti. Zekayı tam etkili geliştirdiği kanıtlanmıştır. Daha hızlı düşünme ve anlamada maksimum artış.”* şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tanıtımı yapılan ürünün beyin ve zeka gelişimi konusunda etkili olduğu izlenimi oluşturulduğu, diğer taraftan söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet bu ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “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, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d bendleri,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Burak Nebioğlu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2014/202**

**Şikayet Edilen: Yılmaz Korkmaz**

**Şikayet Edilen Reklam:** Yılmaz Korkmaz isimli şahsa ait www.devapark.com adresli internet sitesinin 27.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan ***“****Avicenna PRS”* ve *“Hipp 2 Combiotic”* isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.cazipeczane.com)devapark.com adresli internet sitesinin 27.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Avicenna PRS”* isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Prostat Macun”* ve 05.06.2013 tarihli görüntüsünde yer alan*“Hipp 2 Combiotic”*isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Prebiyotikler mide ve bağırsak sistemlerinin çalışmasında ve bağırsaklarda olumlu etkileri sağlayan özel kültürlerdir. Prebiyotikler bağışıklık sitemini olumlu yönde etkiler. Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir. Bebekler bu dönemde yeteli LCP üretemezler bu yüzden dışarıdan alınması gerekmektedir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.](http://www.cazipeczane.com)devapark.com adresli internet sitesinin 27.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Avicenna PRS”* isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Prostat Macun”* ve 05.06.2013 tarihli görüntüsünde yer alan*“Hipp 2 Combiotic***”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Prebiyotikler mide ve bağırsak sistemlerinin çalışmasında ve bağırsaklarda olumlu etkileri sağlayan özel kültürlerdir. Prebiyotikler bağışıklık sitemini olumlu yönde etkiler. Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir. Bebekler bu dönemde yeteli LCP üretemezler bu yüzden dışarıdan alınması gerekmektedir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz.”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, diğer taraftan prebiyotik bileşen içeren bebek ve devam formülleri için Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği Ek-15’te belirtilen *“Bu gıda prebiyotik bileşen içerir. Prebiyotik bileşenler, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olan probiyotik mikroorganizmaların bağırsakta gelişimini ve yaşamını destekler.”* hükmüne aykırı ibarelere yer verildiği, ayrıca Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliği’nin 9 ncu Maddesi’nin (g) bendinde yer alan ; *“Devam formüllerinin etiketi, anne sütüyle beslenmeyi engellemeyecek ve ürünün uygun kullanımı hakkında gerekli bilgiyi sağlayacak şekilde düzenlenmelidir. Ürün etiketinde "insana özdeş", "anne gibi", "adapte" veya benzeri kelimelerin kullanımı yasaktır.”* hükmüne aykırı şekilde “anne sütünde olduğu gibi” ifadesine yer verildiği, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ve Ek-15 ,

- Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliği’nin Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme başlıklı 9 ncu Maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Yılmaz Korkmaz** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2014/211**

**Şikayet Edilen: Erdoğdu Mobilya Orman Ürünleri Tekstil San. Tic. Ltd.Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: :** Erdoğdu Mobilya Orman Ürünleri Tekstil San. Tic. Ltd.Şti. isimli firmaya ait [www.](http://www.cazipeczane.com)taffybaby.com.tr adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan*“Hipp 1 Organik Biberon Maması”*isimli ürüneyönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.cazipeczane.com)taffybaby.com.tr adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Hipp 1 Organik Biberon Maması”*isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Türkiye’deki tek organik bebek formülüdür. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz. Beyin, göz ve sinir sistemi gelişiminde çok önemli olan uzun zincirli yağ asitleri (LCPUFA ) ilave edilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.](http://www.cazipeczane.com)taffybaby.com.tr adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Hipp 1 Organik Biberon Maması* **”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Türkiye’deki tek organik bebek formülüdür. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz. Beyin, göz ve sinir sistemi gelişiminde çok önemli olan uzun zincirli yağ asitleri (LCPUFA ) ilave edilmiştir.”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, diğer taraftan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı nitelikte olan reklamların bu hali ile;

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d bendleri,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Erdoğdu Mobilya Orman Ürünleri Tekstil San. Tic. Ltd.Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2014/495**

**Şikayet Edilen: Tezcan AYDOĞDU**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tezcan Aydoğdu isimli şahsa ait [www.dermokozmetikler.com](http://www.dermokozmetikler.com) adresli internet sitesinin 04.06.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Caillou Balık Yağı 20 Kaşık” , “Berko Zinco C 5 Mg Şurup”*isimli ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dermokozmetikler.com](http://www.dermokozmetikler.com) adresli internet sitesinin 04.06.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Caillou Balık Yağı 20 Kaşık”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ; *“Bebek ve Çocuklarda Omega 3 yağ asitleri kullanımı; Sağlıklı beden ve zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine yardımcı olur. Çocuklarda zihinsel gelişimi, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine, enerji metabolizmasına* [*caillou balık yağı şurubu*](http://www.sutpompasi.com/caillou) *yardımcı olur.”* *“Berko Zinco C 5 Mg Şurup”*isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Zinco 15 mg şurup 7 yaşından büyük okul çağındaki çocuklara gerekli miktarlarda çinko takviyesi yapılmasını sağlar. Bu sayede çocuklarımız sağlıklı bir büyüme dönemi geçirir. Bununla birlikte çinko, birçok hastalığın tedavisinde de kullanılmaktadır. Kullanıldığı yerler: Büyüme, gelişme geriliği İştahsızlık Diyare Immun sistem problemleri Yara iyileşmesi Saç dökülmesi Boy kısalığı”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dermokozmetikler.com](http://www.dermokozmetikler.com) adresli internet sitesinin 04.06.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Caillou Balık Yağı 20 Kaşık”*isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ; *“Bebek ve Çocuklarda Omega 3 yağ asitleri kullanımı; Sağlıklı beden ve zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine yardımcı olur. Çocuklarda zihinsel gelişimi, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine, enerji metabolizmasına* [*caillou balık yağı şurubu*](http://www.sutpompasi.com/caillou) *yardımcı olur.”* **“***Berko Zinco C 5 Mg Şurup”*isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Zinco 15 mg şurup 7 yaşından büyük okul çağındaki çocuklara gerekli miktarlarda çinko takviyesi yapılmasını sağlar. Bu sayede çocuklarımız sağlıklı bir büyüme dönemi geçirir. Bununla birlikte çinko, birçok hastalığın tedavisinde de kullanılmaktadır. Kullanıldığı yerler: Büyüme, gelişme geriliği İştahsızlık Diyare Immun sistem problemleri Yara iyileşmesi Saç dökülmesi Boy kısalığı”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gelişme geriliği, bağışıklık sistemi problemleri, yara iyileşmesi ve boy kısalığı gibi sağlık sorunlarının söz konusu ürünler vasıtasıyla tedavi edilebileceği izlenimi yaratılmasına karşın, söz konusu iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, 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, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d bendleri,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tezcan AYDOĞDU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2014/214**

**Şikayet Edilen: Mafa Tekstil Turz. Sağlık Tic. Ve San. Tic.Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: :** Mafa Tekstil Turz. Sağlık Tic. Ve San. Tic.Ltd. Şti. isimli firmaya ait [www.](http://www.cazipeczane.com)bebekhouse.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp Biberon Maması”** ve **“Hipp 3 Combiotic Bebek Sütü”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bebekhouse.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp Biberon Maması”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Tüm önemli besin öğeleri anne sütüne adapte edilmiştir. Bebeğin dönemsel ihtiyaçları da göz önüne alınarak enerji, protein, karbonhidrat ve yağ dengesi ile vitamin, mineral içeriği anne sütüne en benzer şekilde adapte edilmiştir. HiPP Organik biberon mamalarının yağ patenti, kolayca sindirilebilen ve emilebilen bitkisel yağ karışımı ile anne sütünde olduğu gibi formüle edilmiştir. Dengeli yağ asidi karışımı sayesinde bebek için yeterli miktarda omega 3 ve omega 6 yani LC-PUFA sağlamaktadır. Bu sayede bebeğinizin zihinsel ve sinirsel gelişimini desteklerYüksek biyolojik değerli protein içeriği ve anne sütüne birebir adapte edilmiş whey:kazein oranı (60:40) ile anne sütüne çok yakın formüle edilmiştir.Sağlıklı büyüme ve gelişme için doğru miktarlarda ve anne sütü ile kıyaslanabilen dengeli amino asit profiline sahiptir.”* **“Hipp 3 Combiotic Bebek Sütü”**isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Prebiyotikler mide ve bağırsak sistemlerinin çalışmasında ve bağırsaklarda olumlu etkileri sağlayan özel kültürlerdir. Prebiyotikler bağışıklık sitemini olumlu yönde etkiler. Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir. Bebekler bu dönemde yeteli LCP üretemezler bu yüzden dışarıdan alınması gerekmektedir. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.bebekhouse.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, diğer taraftan prebiyotik bileşen içeren bebek ve devam formülleri için Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği Ek-15’te belirtilen *“Bu gıda prebiyotik bileşen içerir. Prebiyotik bileşenler, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olan probiyotik mikroorganizmaların bağırsakta gelişimini ve yaşamını destekler.”*hükmüne aykırı ibarelere yer verildiği, ayrıca Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin 9 ncu Maddesi’nin (f) bendinde yer alan ; *“Bebek formüllerinin etiketi, anne sütüyle beslenmeyi engellemeyecek ve ürünün uygun kullanımı hakkında gerekli bilgiyi sağlayacak şekilde düzenlenmelidir. Ürün etiketinde "insana özdeş", "anne gibi", "adapte" veya benzeri kelimelerin kullanımı yasaktır.”* hükmüne aykırı şekilde “anne sütünde olduğu gibi” ifadesine yer verildiği, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olan bu tanıtımların,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ve Ek-15 ,

- Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme başlıklı 9 ncu Maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mafa Tekstil Turz. Sağlık Tic. Ve San. Tic.Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2014/207**

**Şikayet Edilen: Bemateks Tekstil Paz. San. Ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Bemateks Tekstil Paz. San. Ve Dış Tic. A.Ş. isimli firmaya ait [www.](http://www.cazipeczane.com)kidcity.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp3 Organik Devam Sütü”** ve **“Hipp1 Organik Bebek Formülü”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** kidcity.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp3 Organik Devam Sütü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Türkiye’deki tek organik devam sütüdür. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz.”****,* “Hipp1 Organik Bebek Formülü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Türkiye’deki tek organik bebek formülüdür. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz. Beyin, göz ve sinir sistemi gelişiminde çok önemli olan uzun zincirli yağ asitleri (LCPUFA ) ilave edilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.kidcity.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp3 Organik Devam Sütü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Türkiye’deki tek organik devam sütüdür. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz.”****,* “Hipp1 Organik Bebek Formülü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Türkiye’deki tek organik bebek formülüdür. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz. Beyin, göz ve sinir sistemi gelişiminde çok önemli olan uzun zincirli yağ asitleri (LCPUFA ) ilave edilmiştir.”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin 9 ncu Maddesi’nin (g) bendinde yer alan ; “*Anne sütüyle beslemenin üstün olduğu, Bebek formülünün sadece anne sütü ile beslemenin mümkün olmadığı durumlarda ve  yetkili sağlık çalışanının önerisi üzerine kullanılması gereken bir ürün olduğu  etikette ayrıca belirtilmelidir.”* hükmüne aykırı olduğu, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünler, sadece anne sütü ile beslemenin mümkün olmadığı durumlarda ve  yetkili sağlık çalışanının önerisi üzerine kullanılması gereken ürünler olduğu halde, tüketiciler nezdinde ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olan bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d bendleri,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ,

- Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme başlıklı 9 ncu Maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 4822 sayılı Kanun’la değişik 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Bemateks Tekstil Paz. San. Ve Dış Tic. A.Ş**. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2014/204**

**Şikayet Edilen: Enucuz Pazarlama Turizm Reklam Ve Telekomünikasyon Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Enucuz Pazarlama Turizm Reklam Ve Telekomünikasyon Tic. A.Ş. isimli firmaya ait www.e-bebek.com adresli internet sitesinin 05.06.2013 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp 1 Organik Combiotic Bebek Sütü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.e-bebek.com adresli internet sitesinin 05.06.2013 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp 1 Organik Combiotic Bebek Sütü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Prebiyotikler mide ve bağırsak sistemlerinin çalışmasında ve bağırsaklarda olumlu etkileri sağlayan özel kültürlerdir. Prebiyotikler bağışıklık sitemini olumlu yönde etkiler. Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir. Bebekler bu dönemde yeteli LCP üretemezler bu yüzden dışarıdan alınması gerekmektedir. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.e-bebek.com adresli internet sitesinin 05.06.2013 tarihli görüntüsünde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, diğer taraftan prebiyotik bileşen içeren bebek ve devam formülleri için Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği Ek-15’te belirtilen *“Bu gıda prebiyotik bileşen içerir. Prebiyotik bileşenler, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olan probiyotik mikroorganizmaların bağırsakta gelişimini ve yaşamını destekler.”*hükmüne aykırı ibarelere yer verildiği, ayrıca Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin 9 ncu Maddesi’nin anne sütü ile kıyas yapmayı yasaklayan (f) bendi ile (g) bendinde yer alan ; “*Anne sütüyle beslemenin üstün olduğu, Bebek formülünün sadece anne sütü ile beslemenin mümkün olmadığı durumlarda ve  yetkili sağlık çalışanının önerisi üzerine kullanılması gereken bir ürün olduğu  etikette ayrıca belirtilmelidir.”* hükmüne aykırı olduğu, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünler, sadece anne sütü ile beslemenin mümkün olmadığı durumlarda ve  yetkili sağlık çalışanının önerisi üzerine kullanılması gereken ürünler olduğu halde, tüketiciler nezdinde ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olan bu tanıtımların,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ve Ek-15,

- Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme başlıklı 9 ncu Maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Enucuz Pazarlama Turizm Reklam Ve Telekomünikasyon Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2014/203**

**Şikayet Edilen: Anne Lütfen Elektronik Hizmetler İthalat İhracat Paz. San ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anne Lütfen Elektronik Hizmetler İthalat İhracat Paz. San ve Tic. A.Ş. isimli firmaya ait www.annelutfen.com adresli internet sitesinin 27.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp Biberon Mamaları 2 Organik Devam Formülü” , “Hipp Biberon Mamaları 3 Organik Devam Sütü”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.cazipeczane.com)annelutfen.com adresli internet sitesinin 27.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp Biberon Mamaları 2 Organik Devam Formülü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Tüm önemli besin öğeleri anne sütüne adapte edilmiştir. Bebek mamalarında Whey:Kazein oranı anne sütünde olduğu gibi 60:40 olmak zorundadır. Deva mamalarında ise böyle bir zorunluluk olmamasına rağmen HİPP 2 ORGANİK 50:50 whey:kazein oranı büyüyen bebeğin sindirim kapasitesine göre adapte edilmiştir. Bebeğin dönemsel ihtiyaçları da göz önüne alınarak enerji, protein, karbonhidrat ve yağ dengesi ile vitamin, mineral içeriği anne sütüne en benzer şekilde adapte edilmiştir. Dengeli yağ asidi karışımı sayesinde bebek için yeterli miktarda omega 3 ve omega 6 yani LC-PUFA sağlamaktadır. Bu sayede bebeğinizin zihinsel ve sinirsel gelişimini destekler****.*** *Sağlıklı büyüme ve gelişme için doğru miktarlarda ve anne sütü ile kıyaslanabilen dengeli amino asit profiline sahiptir.” ,* ***“*Hipp Biberon Mamaları 3 Organik Devam Sütü”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Mamul ürün bu şekilde orijinal anne sütüne mümkün olduğunca yakın duruma getirilir. “* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.](http://www.cazipeczane.com)annelutfen.com adresli internet sitesinin 27.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliği’nin 9 ncu Maddesi’nin (g) bendinde yer alan ; *“Devam formüllerinin etiketi, anne sütüyle beslenmeyi engellemeyecek ve ürünün uygun kullanımı hakkında gerekli bilgiyi sağlayacak şekilde düzenlenmelidir. Ürün etiketinde "insana özdeş", "anne gibi", "adapte" veya benzeri kelimelerin kullanımı yasaktır.”* hükmüne aykırı şekilde “anne sütünde olduğu gibi” ifadesine yer verildiği, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olan bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d bendleri,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliği’nin Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme başlıklı 9 ncu maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anne Lütfen Elektronik Hizmetler İthalat İhracat Paz. San ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2014/226**

**Şikayet Edilen: Ömer ŞENGÜL**

**Şikayet Edilen Reklam:** Ömer Şengül isimli şahsa ait [www.saglikhavuzu.com](http://www.saglikhavuzu.com) adresli internet sitesinin 21.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp3 Organik Mama”** ve **“Hipp1 Organik Mama”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.saglikhavuzu.com adresli internet sitesinin 21.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Hipp1 Organik Mama”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Türkiye’deki tek organik bebek formülüdür. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz. Beyin, göz ve sinir sistemi gelişiminde çok önemli olan uzun zincirli yağ asitleri (LCPUFA ) ilave edilmiştir.”* **“Hipp3 Organik Mama**” isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; ; *“Türkiye’deki tek organik bebek formülüdür. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Kolay sindirildiğinden bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.saglikhavuzu.com adresli internet sitesinin 21.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, diğer taraftan söz konusu tanıtımlarla ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olan bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d bentleri,

**-** 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 21 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ömer ŞENGÜL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2014/590**

**Şikayet Edilen: Ked Kozmetik Bilişim Hizmetleri Tekstil Ticaret Atila Bulak**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.10dayszayiflama.yerlishop.com](http://www.10dayszayiflama.yerlishop.com) adresli internet sitesinde tanıtımına yer verilen *“10days”* adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.10dayszayiflama.yerlishop.com](http://www.10dayszayiflama.yerlishop.com) adresli internet sitesinin 06.05.2014 tarihli görünümünde; *Herhangi bir diyete gerek duymadan kilo kontrolü!... İçeriğindeki chitosan, yağı bir mıknatıs gibi çekerek, zararlarından vücudunuzu korur. 10days’in içerisinde bulunan solistan maddesi mineral ve vitaminleri değil sadece yağları emen, oldukça kaliteli bir üründür.”* şeklinde ifadelerle birlikte Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı logosuna yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün 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,

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde *Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı* logosunayer verilerek söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, dolayısıyla tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı mahiyetteki söz konusu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 5/ğ maddeleri;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 15/a, 15/b, 17 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ked Kozmetik Bilişim Hizmetleri Tekstil Ticaret Atila Bulak** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 /8 inci maddeleri ile 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2014/710**

**Şikayet Edilen: Gelişim İnternet Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait [www.](http://www.sarimsak.tv)dexxdiyeti.net adresli internet sitesinde tanıtımına yer verilen *“Dexx”* adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.dexxdiyeti.net](http://www.dexxdiyeti.net) adresli internet sitesinin 11.06.2014 tarihli görünümünde; *“Dexx Diyeti… Öğün Yerini Alan Kilo Kontrol Amaçlı Ürün… Dexx Diyet Programı’nı diğer diyet uygulamalarından ayıran en önemli özellik, bireysel tekniklerle yapılan diyetlerde vücudun metabolizma hızı yavaşlar ve enerji harcama miktarı düşerken, Dexx Diyeti ile bu hız düşmez ve kilo vermeye devam edilir. Oysaki diğer diyet uygulamalarında metabolizma hızının düşmesi, ihtiyaç duyulan enerji miktarının azalmasına, birçok durumda da zayıflama yerine kilo alınmasına neden olur. Bu tür bir durumda, vücut metabolizmasının yavaşlaması aynı zamanda vücudun direncini de düşürür ve dışarıdan gelen tehlikelere daha açık bir hale gelir. Yağ yakımının engellenmesi, halsizlik, isteksizlik ve yorgunluk gibi durumlar da ortaya çıkabilir. Dexx Diyeti ise, enerji sağlamada vücutta biriken yağları kullanmakta, vücut metabolizma hızının düşmesine izin vermeden, herhangi bir olumsuz etki oluşmadan kilo vermeyi sağlamaktadır. Dexx Diyeti ile ilgili en önemli detay, enerjiyi büyük oranda daha önceden biriktirilmiş olan ve istenmeyen yağlardan sağlamasıdır.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün 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, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1 maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Gelişim İnternet Hizmetleri ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**60)**

**Dosya No: 2013/959**

**Şikayet Edilen: Cesuroğulları Tur. Otel. Tar. Taş. İnş. Gıda Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmasahipliğindeki ***“Liberty City Otel”*** isimli turizm işletmesine ait olan açık hava ilanlarında ve [www.libertycityotel.com](http://www.libertycityotel.com) adresli internet sitesinde yer alan “3 Yıldızlı Otel” reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi ve tesis tabelası

**Tespitler**: Firmaya ait [www.libertycityotel.com](http://www.libertycityotel.com) adresli internet sitesinin 18.11.2013 tarihli görünümünde ve açık hava ilanlarında “3 Yıldızlı Otel” reklamlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Liberty City Otel”*** isimli turizmişletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmiş olmamasına rağmen, çeşitli açık hava mecralarında ve [www.libertycityotel.com](http://www.libertycityotel.com) adresli internet sitesinin 18/11/2013 tarihli görünümünde, *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

-Turizmi Teşvik Kanunun 5/a maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Cesuroğulları Tur. Otel. Tar. Taş. İnş. Gıda Tic. Ltd. Şti.** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 /8 inci maddeleri ile 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2013/946**

**Şikayet Edilen: Cesur Termal Tesis Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“Ankara Kızılcahamam Bio Termal Tesisleri”** nin tanıtımına yönelik doğrudan satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs - Temmuz 2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Firmaya ait söz konusu televizyon reklamlarında; *“Bugüne kadar yaklaşık 5000 ailemizi tapu sahibi yaptık… Bir hafta içinde yeni tapuları çıkarak adreslerine gitmiş oluyor… Yani 7 günlük hisseli tapular halinde buradan yer sahibi olmuş olacak ailelerimiz… Ankara Kızılcahamam’da 7 günlük hisseli tapu… Yapmaları gereken şu dakikalara özel Türkiye’nin ya da Dünyanın neresinden olursa olsun bizlere ulaşıyorlar, güvenli hatları üzerinden tüm işlemlerini sağlayabiliyorlar. İki gün içerisinde adreslerine kadar sözleşmeleri gidiyor. Bunu okuyup imzalayıp bize ulaştırıyorlar… Tesise ilk adım attıkları andan itibaren mini bir check-up’tan geçmiş olacak ailelerimiz. Onlara yazılan sağlık programları doğrultusunda termal suyu düzenli ve bilinçli olarak uygulayacaklar… Birinci olarak içme yoluyla uygulayacaklar. Bu ağız, diş sağlığı ve mide problemleri için iyi gelmekte. İkinci olarak ise buhar odalarımızdan yararlandırmış olacağız. Bu da cilt ve deri hastalıkları için iyi gelmekte ve üçüncü olarak ise(…) 21 kürü tamamlayacak ailelerimiz. Bu da eklem rahatsızlıkları, romatizma, kireçlenme, ben ve boyun fıtıkları için iyi gelmekte…”* şeklinde ifadeler ile birlikte, “*Kredi kartına vade farksız 12 taksit imkanı… Tüketici, sözleşmenin her iki tarafça imzalanmasından itibaren on gün içinde hiçbir sebep göstermeksizin ve hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin cayma hakkını kullanarak sözleşmeden dönebilir.”* şeklinde alt yazı metinlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Konuyla ilgili olarak Bakanlığımıza yapılan çok sayıda şikayet başvurularından;

* Söz konusu reklamlarda, *“Bugüne kadar yaklaşık 5000 ailemizi tapu sahibi yaptık… Bir hafta içinde yeni tapuları çıkarak adreslerine gitmiş oluyor… Yani 7 günlük hisseli tapular halinde buradan yer sahibi olmuş olacak ailelerimiz… Ankara Kızılcahamam’da 7 günlük hisseli tapu…”* ifadelerineyer verilmesine rağmen tapuların teslim edilmediği, ayrıca bugüne kadar 5000 aileye tapu verildiği hususunun ispat edilemediği,
* *“Yapmaları gereken şu dakikalara özel Türkiye’nin ya da Dünyanın neresinden olursa olsun bizlere ulaşıyorlar, güvenli hatları üzerinden tüm işlemlerini sağlayabiliyorlar. İki gün içerisinde adreslerine kadar sözleşmeleri gidiyor. Bunu okuyup imzalayıp bize ulaştırıyorlar.”* ifadelerine yer verilmesine rağmen sözleşmelerin tüketicilere gönderilmediği,
* *“Kredi kartına vade farksız 12 taksit imkanı…”* şeklinde alt yazı metinlerine yer verilmesine rağmen söz konusu satış işleminin kredi kartından tek çekim ile gerçekleştirilerek tüketicilerin reklamlarda vaat edilen taksit imkanından yararlandırılmadığı,
* *“Tüketici, sözleşmenin her iki tarafça imzalanmasından itibaren on gün içinde hiçbir sebep göstermeksizin ve hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin cayma hakkını kullanarak sözleşmeden dönebilir.”* şeklinde alt yazı metinlerine yer verilmesine rağmen cayma hakkını kullandıkları halde tüketicilere para iadesi yapılmadığının anlaşıldığı,

Diğer taraftan, *“ Tesise ilk adım attıkları andan itibaren mini bir check-up’tan geçmiş olacak ailelerimiz. Onlara yazılan sağlık programları doğrultusunda termal suyu düzenli ve bilinçli olarak uygulayacaklar… Birinci olarak içme yoluyla uygulayacaklar. Bu ağız, diş sağlığı ve mide problemleri için iyi gelmekte. İkinci olarak ise buhar odalarımızdan yararlandırmış olacağız. Bu da cilt ve deri hastalıkları için iyi gelmekte ve üçüncü olarak ise(…) 21 kürü tamamlayacak ailelerimiz. Bu da eklem rahatsızlıkları, romatizma, kireçlenme, ben ve boyun fıtıkları için iyi gelmekte…”* şeklinde endikasyon belirten ifadelere yer verilerek söz konusu tesisin “termal tesis” olarak tanıtıldığı ancak 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik ve Kaplıcalar Yönetmeliğinin ilgili hükümlerine göre; bir tesisin “termal tesis” olduğunun yetkili kurumlarca belgelendirilmesi zorunlu olduğu halde işletmenin böyle bir belgeye sahip olduğu hususunun geçerli belgelerle ispatlanamadığı,

Dolayısıyla tüm bu hususlar dikkate alındığında tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilen söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/e, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Cesur Termal Tesis Turizm İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 /8 inci maddeleri ile 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde (87.915 TL) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.