**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

### BASIN BÜLTENİ

**Toplantı Tarihi :**  11 Kasım 2014

**Toplantı Sayısı :** 230

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2013/1226**

**Şikayet Edilen: Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Turkcell Platinum – Samsung Galaxy Note 3*”**başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.10.2013 – 14.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak; *“Samsung Galaxy Note 3, Turkcell Platinum’a özel aksesuar teklifleri ve Platinum Hizmet Ekibi ayrıcalığıyla kapınızda. Turkcell Platinum, çünkü bizim için özelsiniz.”* şeklinde ifadelere, durağan yazıda ise ***“Platinum Hizmet Ekibi ayrıcalığı İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa, Antalya, Kocaeli, Mersin ve Diyarbakır’da geçerlidir. Aksesuar teklifleri stoklarla sınırlıdır.”*** Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak; *“Samsung Galaxy Note 3, Turkcell Platinum’a özel aksesuar teklifleri ve Platinum Hizmet Ekibi ayrıcalığıyla kapınızda. Turkcell Platinum, çünkü bizim için özelsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak ***“Platinum Hizmet Ekibi ayrıcalığı İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa, Antalya, Kocaeli, Mersin ve Diyarbakır’da geçerlidir. Aksesuar teklifleri stoklarla sınırlıdır.”*** şeklindeki önemli bilgilerin yer aldığı durağan yazının metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu durağan yazının okunabilirlikten uzak olduğu,

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 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 **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine**,**

Diğer taraftan, bahsi geçen firma tarafından, 08-30 Ocak 2013 tarihleri arasında yayınlanan **“Böyle Şeyler Sadece Turkcell’de Olur Bitmeyen TL”**başlıklı reklamların, anılan reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan 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 12.03.2013 tarih ve 210 sayılı toplantısında, söz konusu firmaya idari para cezası verildiği; bu itibarla, yukarıda belirtilen mevzuat hükümlerine aykırı fiilin bir yıl içerisinde tekrar edilmiş olması nedeniyle, para cezasının, mülga 4077 Sayılı Kanun'un 25/11 inci maddesi hükmüne istinaden, iki kat olarak **(87.915 x 2 = 175.830-TL** (**Yüzyetmişbeşbinsekizyüzotuz Türk Lirası))** uygulanmasına karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2014/60**

**Şikayet Edilen: Şeref KÖSE**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sayın müşterimiz 2013 yılı para puanlarınız toplam 200 TL’ye ulaşmıştır. Biriken puanlarınızı aktifleştirmek için son gün 0212 955 00 00’ı arayabilirsiniz.”***ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2013

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Aralık 2013 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Sayın müşterimiz 2013 yılı para puanlarınız toplam 200 TL’ye ulaşmıştır. Biriken puanlarınızı aktifleştirmek için son gün 0212 955 00 00’ı arayabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Sayın müşterimiz 2013 yılı para puanlarınız toplam 200 TL’ye ulaşmıştır. Biriken puanlarınızı aktifleştirmek için son gün 0212 955 00 00’ı arayabilirsiniz.”*  ifadelerine yer verilerek daha önce abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken para puanların 200TL’ye ulaştığı intibaı oluşturulduğu ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı,

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 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, reklam veren **Şeref KÖSE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **yerel düzeyde 8.788-TL (Sekizbinyediyüzseksensekiz Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2014/231**

**Şikayet Edilen: Arel İletişim Kitap Kırtasiye Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Değerli Müşterimiz, 2013 yılı para puanlarınızın toplamı 200 TL’ye ulaşmıştır. Biriken puanlarınızı aktifleştirmek için 0850 277 88 88’i arayınız.”***ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2014

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Ocak 2014 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Değerli Müşterimiz, 2013 yılı para puanlarınızın toplamı 200 TL’ye ulaşmıştır. Biriken puanlarınızı aktifleştirmek için 0850 277 88 88’i arayınız.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Değerli Müşterimiz, 2013 yılı para puanlarınızın toplamı 200 TL’ye ulaşmıştır. Biriken puanlarınızı aktifleştirmek için 0850 277 88 88’i arayınız.”* ifadelerine yer verilerek daha önce abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken para puanların 200TL’ye ulaştığı intibaı oluşturulduğu ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı,

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 **Arel İletişim Kitap Kırtasiye Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **yerel düzeyde 9.133.-TL (Dokuzbinyüzotuzüç Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2014/1042**

**Şikayet Edilen:** **Emar Grup Elektronik Kozmetik Tek. Gıda tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sayın müşterimiz düzenli fatura ödemelerinizden adınıza tanımlanan Galaxy Note3 cep telefonunu ve 500 Dk’nızı aktifleştirmek için 0850 811 1071’i arayınız”*** ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02/08/2014

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** 02/08/2014 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Sayın müşterimiz düzenli fatura ödemelerinizden adınıza tanımlanan Galaxy Note3 cep telefonunu ve 500 Dk’nızı aktifleştirmek için 0850 811 1071’i arayınız”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Sayın müşterimiz düzenli fatura ödemelerinizden adınıza tanımlanan Galaxy Note3 cep telefonunu ve 500 DK’nızı aktifleştirmek için 0850 811 1071 i arayınız”* ifadelerine yer verilerek söz konusu kısa mesajlarda daha önce abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan düzenli ödemeler sonrasında abonenin adına cep telefonu ve 500 dakika tanımlandığı intibaı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, 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,

* 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 **Emar Grup Elektronik Kozmetik Tek. Gıda tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **25.000.-TL (Yirmibeşbin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**5)**

**Dosya No: 2014/846**

**Şikayet Edilen:** **Bitter Medya Yayıncılık Reklamcılık Organizasyon Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bitter**”** dergisinde yayımlanan ***“İmplantla Gelen Rahatlık Güncel Yaklaşımlar****”* ve***“Ankara’da Çocuk Dostu Bir Diş Hastanesi Miadent”***başlıklı yazılar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan ve Mayıs 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler: “Bitter”** Dergisinin Nisan 2014 tarihli sayısında, *“Miadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi”* isimli kuruluş bünyesinde görev yapan Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi Uzmanı Dr. Dt. Zehra FIRTINA EKİNCİOĞLU, ve Dr. Dt. Serkan DADAKOĞLU ile yapılan röportaj hakkında yayımlanan “*İmplantla Gelen Rahatlık Güncel Yaklaşımlar”* başlıklı yazı içerisinde;

*“Günümüzde doğal diş görüntüsüne en iyi alternatif olan implant, geleneksel köprü ve köprü ve protezlere göre daha iyi konuşma ve çiğneme fonksiyonu sağlarken, yüzünüzde doğal bir görünümü de beraberinde getiriyor. Miadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi’nden Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi Uzmanı Dr. Dt. Zehra FIRTINA EKİNCİOĞLU, ve Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi Uzmanı Dr. Dt. Serkan DADAKOĞLU ile implantla ilgili merak edilenleri konuştuk.”, “İmplant teknolojisinin gelişmesi diş hekimliğinde çığır açan bir atılım olup hastalar açısından estetik ve fonksiyonellik yönüyle yeni bir çağı başlatmıştır.(…)Aslında hekim olarak şunu belirtmeliyim ki başarılı bir implant uygulamasının en güzel özeti dişlerini tekrar kazanan bir hastadan elde ettiğiniz mutlu bir gülümseme oluyor. Uzmanı tarafından, tam steril koşullarda ve profesyonel ekiplerce yapılan uygulamaların sonrasında implantın görünümü ve size verdiği his o kadar doğal olur ki genelde varlığını unutursunuz.”; “(…)Ancak komplikasyonsuz ve başarılı bir implant uygulaması için tüm aşamaların titizlikle planlanması gerektiğini bu alanda uzmanlaşmış bir hekim olarak özellikle vurgulamalıyım. Ekip ve ekipman açısından eksiklik kabul edilemez. Burada en önemli kriter mutlak profesyonellik, tam sterilizasyon ve alanında uzman bir ekibin multidisipliner çalışmasıdır.”; “İmplant uygulamaları sağlıklı bir ağız yapısı ve güzel gülüşlere ulaşabilmek için fonksiyon, estetik ve anatomik açıdan doğal dişin en iyi alternatifi olarak görülmektedir. Doğal görünüm yanında estetiğin sağlanması kişinin kendine güveni artar.”; “Çocuklara özel bir bölümün olduğu Miadent’te tedavi olurken, panoramik Ankara manzarasını da izlemek mümkün”* şeklinde ifadelerin yer aldığı;

“Bitter” Dergisinin Mayıs 2014 tarihli sayısında, *“Miadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi”* isimli kuruluş bünyesinde görev yapan Pedodonti Departmanı Uzmanı Dr. Dt. Nezate DADAKOĞLU, ve Dr. Dt. Sezgi BELLEK ile yapılan röportaj hakkında yayımlanan *“Ankara’da Çocuk Dostu Bir Diş Hastanesi Miadent”* başlıklı yazı içerisinde;

“*Ömür boyu sahip olacağı sağlıklı dişleri çocuklarımıza armağan edebilmek aslında elimizde. Günümüzde bebeklik döneminden itibaren her çocuğun bir pedodontisti olmasının ağız ve diş sağlığı açısından faydaları artık net olarak biliniyor. Son bilimsel gelişmeler ışığında birçok koruyucu ve tedavi edici uygulamayla çocuklarımız artık çok daha sağlıklı Ankara’nın çocuk dostu diş hastanesi Miadent’in Pedodonti Departmanı Uzmanı Dr. Dt. Nezate DADAKOĞLU, ve Dr. Dt. Sezgi BELLEK ile çocuklarınız için görüştük.”; “Hastanede gelişmiş bir radyoloji departmanı olduğunu gördük Bu bölüm gerektiğinde çocuklarımız için de kullanılıyor mu?”; “(…) Günümüz diş hekimliğinde iyi bir merkezde ve profesyonel uzmanlarca uygulandığında mükemmel sonuçlar veren uzmanlara sahibiz. Ancak çoğu insanın çocuklarına sunabileceği bu koruyucu hizmetlerden haberdar olmadığını düşünüyorum. (…) Bunlardan çocuklarımızı mahrum bırakmamalıyız bence.”; “Diş hekimliği eğitiminin üzerine aldığımız pedodonti uzmanlık eğitimi boyunca sadece çocuklara yönelik iletişim ve muayene teknikleri üzerinde çalışmak, bu tür durumları bizim için sorun olmaktan çıkarıyor. Açıkçası bizim işimiz tam anlamıyla, sadece çocuklarla ilgilenmek ve bu da ciddi bir tecrübe birikimi anlamına geliyor. Doğrusu çocuklar için özel tasarlanmış, adeta oyun salonunu andıran bir pedodonti departmanı ve dev oyuncaklar şeklindeki diş ünitelerinin de yardımıyla, çocuklar işleri bittikten sonra bile pedodontistinden ayrılmak istemiyor. Ancak yine de, eğer gerekirse profesyonel bir anestezi ekibi ile birlikte sedasyon ve anestezi de güvenle uygulanabilmektedir.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı;

Bununla birlikte; *“Miadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi”* isimli kuruluşun adres, telefon ve internet adresi bilgileri ile adı geçen kuruluşa ait fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Bitter” Dergisinin Nisan 2014 tarihli sayısında, *“Miadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi”* isimli kuruluş bünyesinde görev yapan Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi Uzmanı Dr. Dt. Zehra FIRTINA EKİNCİOĞLU, ve Dr. Dt. Serkan DADAKOĞLU ile yapılan röportaj hakkında yayımlanan *“İmplantla Gelen Rahatlık Güncel Yaklaşımlar”* başlıklı yazı içerisinde;

Anılan derginin Mayıs 2014 tarihli sayısında ise, *“Miadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi”* isimli kuruluş bünyesinde görev yapan Pedodonti Departmanı Uzmanı Dr. Dt. Nezate DADAKOĞLU, ve Dr. Dt. Sezgi BELLEK ile yapılan röportaj hakkında *yayımlanan “Ankara’da Çocuk Dostu Bir Diş Hastanesi Miadent”* başlıklı yazı içerisinde;

*“Miadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi”* isimli kuruluş tarafından sunulan hizmetler hakkında yer verilen ifade ve fotoğraflar ile adı geçen kuruluşa yönlendirme yapılarak örtülü reklamının yapıldığı; dolayısıyla;

- 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 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Bitter Medya Yayıncılık Reklamcılık Organizasyon Turizm Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**6)**

**Dosya No: 2013/159**

**Şikayet Edilen: Reckitt Benckiser Temizlik Malzemesi Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Dettol”* markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında, [www.dettol.com.tr](http://www.dettol.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013,22.02.2013

**Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** *“Dettol”* markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *“(…)Türk Pediatri Kurumu Dettol’ü öneriyor. Dettol korur. Yeni parfümü ile Dettol her 10 anneden 9’unun tercihi. (…)bizi bizden çok düşünen 75 yıldır tüm dünyada güvenle kullanılan Her 10 anneden 9’unun yaptığı gibi siz de tercihinizi dünyanın en önemli hijyenik sabun markası Dettol’den yana kullanın.”* şeklinde, ürün ambalajında; *“Türk Pediatri Kurumu Dettol’ü öneriyor.”* şeklinde ve [www.dettol.com.tr](http://www.dettol.com.tr) adresli internet sitesinin 22.02.2013 tarihli görünümünde; *“Dettol Antibakteriyel Sıvı Sabun”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Dettol”* markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında *“(…)Türk Pediatri Kurumu Dettol’ü öneriyor. Dettol korur. Yeni parfümü ile Dettol her 10 anneden 9’unun tercihi. (…)bizi bizden çok düşünen 75 yıldır tüm dünyada güvenle kullanılan Her 10 anneden 9’unun yaptığı gibi siz de tercihinizi dünyanın en önemli hijyenik sabun markası Dettol’den yana kullanın.”* şeklinde ve ürün ambalajında *“Türk Pediatri Kurumu Dettol’ü öneriyor.”* şeklinde ifadelere yer verilerek aslında dernek niteliği taşıyan Türk Pediatri Kurumu Derneği ile ilgili olarak tüketiciler nezdinde “resmi bir kurum” algısı oluşturulduğu, “*(…)Dettol her 10 anneden 9’unun tercihi.”* şeklindeki ifadelerin doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanamadığı, söz konusu televizyon reklamında yer alan altyazı metninin ekranda kalma süresinin ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Diğer taraftan [www.dettol.com.tr](http://www.dettol.com.tr) adresli internet sitesinin 22.02.2013 tarihli görünümünde *“Dettol Antibakteriyel Sıvı Sabun”* şeklinde ifadelere yer verildiği, anılan internet sitesinde yer alan “Antibakteriyel” şeklindeki ifadenin “biyosidal ürünler” için kullanılabileceği, biyosidal ürünlerin piyasaya arzı ve reklamının yapılabilmesi için de Sağlık Bakanlığınca ruhsat veya tescile tabi olduğu; ancak söz konusu ürünler için ruhsat veya tescil alınmadan reklam ve tanıtım yapıldığı; dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri,

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

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13, 15 ve 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, reklam veren **Reckitt Benckiser Temizlik Malzemesi Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde 87.915-TL (Seksenyedibindokuzyüzonbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2014/36**

**Şikayet Edilen: Kamelya Itriyat Ürünleri Pazarlama ve Bilişim Teknolojileri Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kamelya.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlereilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2014,18.06.2014, 03.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kamelya.com adresli internet sitesinde yer alan **“Neoplus Pişik ve Pişik Önleyici Krem”** isimli ürüne ilişkin olarak; *“****%20 Mikronize Çinko Oksit:****Kaşıntıyı ve kızarıklığı giderir, aynı zamanda pişik oluşumuna karşı hassas bebek cildini korur.* ***Lanolin:****Koruyucu ve bariyer etkilidir.* ***D-Panthenol:****Cildi nemlendirir, rahatlatır ve koruyucu tabakasını yenileyerek iyileşme sürecini hızlandırır.* ***Allantoin, Chamomile:****Cilt tahrişlerinde etkilidir. Ciltteki pişik ve kızarıklıkların oluşmasını önler.* ***A vitamini:****Güçlü bir antioksidandır. Cildi besler ve yumuşatır.* ***Calendula Oil:****Yara iyileşimini destekler.* ***Jojoba Yağı, Fındık Yağı ve Buğday Yağı:****Ciltteki gerginliği alır, bağ dokusunu güçlendirir ve antioksidan etkisi sayesinde cilt hücrelerinin yenilenme sürecini hızlandırır.* ***Hexamidine Diisethionate:****Antifungal, antibakteriyel ve antiseptik etkisi ile pişik oluşmuş ciltte bakterilerin yerleşmesi ve çoğalmasına karşı etkin koruma sağlar.* ***Endikasyonlar:*** *Pişik önleyici, Bebek bezi pişikleri, İntertrigo, Hafif derece yanıklar, Böcek sokmaları, Besin alerjilerinde; uygulanan tedaviyi destekler ve tedavi süresini kısaltır.”* şeklinde, **“Cosmed Tüy Azaltıcı Yüz Kremi”** isimli ürüne ilişkin olarak “*Cosmed markalı ürünler, "Kozmetik Formülasyonlarda Yeni Yaklaşımlar" prensip, teknikleri ve GMP\* kurallarıyla üretilmişlerdirBu ürünlerde, ayrıca HPP işlemleri de kullanılmaktadır. HPP işlemleri ancak MİKROEMÜLSİYON boyutunda yağ fazı içerisine yerleştirilmiş, su bazlı akiflerle gerçekleştirilebilmektedir HPP işlemleriyle; etkenler, kazandıran mükemmel stabilite, uzatılmış yarı ömür(uzun süreli etki) gibi özelliklerle, deri tabakalarından kolayca geçerek, alt katmanlara kadar nüfuz edebilmektedirler. Bu yöntemle, kıl köklerine ulaşabilen etkenler; hızla etki ederek, kılların zayıflayıp incelmesini sağlamakta ve yeniden oluşmasını engellemektedir. Cosmed Tüy Azaltıcı ürünlerde; istenmeyen tüyleri zayıflatarak azaltan ve yeniden oluşmasını engelleyerek, epilasyon sonrası enflamasyonu da önleyen, uluslararası referans tescilli etken maddeler bulunmaktadır. Düzenli kullanıldığında, içeriğindeki çift aktif madde CAPISLOWTM ve DEPILINETM sayesinde yüz bölgesindeki tüylerin büyümesini yavaşlatarak tüy yoğunluğunu azaltır ve tüy yapısını inceltir. Özel formülü ile cilt yapısına derinlemesine ve hızlı bir şekilde etki ederek ürünün etkinliğini arttırır. Epilasyon sonrasında meydana gelen tahrişi azaltarak cildi yatıştırır. Antioksidan ve iltihap oluşumunu önleyici özelliğe sahiptir.”* şeklinde ve **“Cosmed Body Care Anti Selülit Losyon”** isimli ürüne ilişkin olarak *“(…)Çukurlu görünüme sahip cilt dokusunun tekrar pürüzsüz hale gelebilmesi için yağ dokularının bulunduğu bölgelerde kan dolaşımının arttırılması, yağ hücrelerinin güçlenerek kaybettikleri esnekliği geri kazanmaları gerekir.* ***Cosmed Anti Selülit Losyon****içeriğindeki %100 bitkisel etken madde PHYTOSONIC Portakal kabuğu görünümüne sebep olan yağ hücrelerini parçalar, yeniden şekillendirir. Serbest kalan yağ lenf yoluyla vücuttan atılır. Cildin yüzeyine yakın olan yağ hücrelerinin vücuttan atılmasıyla ileri seviyedeki portakal kabuğu görünümü giderilir. Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı ile yeni yağ hücreleri oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. Kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına, baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacminin azalmasına katkıda bulunur.”* şeklinde,

***“Hipp 3 Organik Bebek Maması”*** isimli ürüne ilişkin olarak anılan internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Türkiye’nin tek organik kalitedeki inek sütü alternatifidir.”* şeklinde,

***“ZincOmega Şurup”***isimli ürüne ilişkin olarak; *“Bebek ve Çocuklarda Omega 3 yağ asitleri kullanımı; sağlıklı beden ve zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine yardımcı olur. Omega-3 yağ asidi vücutta göz ve beynin fonksiyonel gelişiminde önemli rol oynayan uzun zincirli doymamış yağ asitlerini (EPA+DHA) doğal haliyle içerir. Yapılan araştırmalar yeterli oranda Omega-3 yağı alan bebeklerin zihinsel gelişimlerinin almayanlara oranla daha iyi olduğunu kanıtlamıştır. Omega 3 yağ asitlerinin IQ üzerine olumlu etkileri olduğu saptanmıştır. Ayrıca Omega 3 yağı almanın beyin gelişimini desteklediği ve görme keskinliğini artırdığı kanıtlamıştır. Kullanım alanları; çocuklardaki zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine, enerji metabolizmasına yardımcıdır.”* şeklinde, ***“Fito Vision Alıç Çiçeği”*** isimli ürüne ilişkin olarak; *“Fito Vision Alıç Çiçeği kardiyotonik(kalp güçlendirici) yardımcı özelliği bulunmaktadır. Vasodilatör (kan damarlarını genişletici) olarak çalışır ve kalbe kan ve oksijen akışını artırmaya yardımcı bir drogtur. Alıç çiçeğinin tansiyonu düşürmeye yardımcı etkisi vardır.”* şeklinde, ***“Nutrigen Ferromixin Şase Form”***isimli ürüne ilişkin olarak; *“Ferromixin'in**en önemli özelliği içerdiği demirin enkapsule formda (bitkisel yağ ile kaplanmış) olmasıdır. Böylece besinlerin tat, renk ve yapısı bozulmaz. Sindirim sistemi etkilenmez ve demir diğer vitamin minerallere etkileşime girmez. Ferromixin  6-24 ay aralığında demir eksikliği ile demir eksikliği anemisinin önlenmesi ve tedavisi için hazırlanmış, bebeklik döneminde özel öneme sahip vitamin ve mineralleri içeren bir formülasyondur. Yeterli demir almadığı düşünülen soluk, huzursuz, sinirli, sık hastalanan, uyku düzeni bozuk, gelişimi yetersiz görülen tüm çocuklarda demir eksikliğinin giderilmesi için kullanılması önerilir. 60 adet Ferromixin saşe formu 60-120 gün süresince kullanılmalıdır. Bu kullanım süresi kansızlığı olan bir çocukta kan değerlerini normale çevirmek için yeterlidir. Ayrıca kullanımdan sonraki 6 ay boyunca kansızlığa karşı koruma sağlar.”* şeklinde ve **“Zdrovit Multivitamin&Mineral +Lutein”** isimli ürüne ilişkin olarak; *“Göz yorgunluğu olanlarda tavsiye olunur. Lutein göz retinasının görme merkezinde meydana gelebilecek kayıpların yavaşlatılması ve durdurulmasına yardımcı olur. Katarakt oluşma riskini önlemeye yardımcı olur. İçeriğindeki Luteinin etkisi ile karaciğerin salgıladığı faydalı enzimlerin miktarının artmasına yardımcı olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Neoplus Pişik ve Pişik Önleyici Krem”, “Cosmed Tüy Azaltıcı Yüz Kremi” ve “Cosmed Body Care Anti Selülit Losyon” markalı ürünlere ilişkin olarak www.kamelya.com 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;

“Hipp 3 Organik Bebek Maması” isimli ürüne ilişkin olarak anılan internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Türkiye’nin tek organik kalitedeki inek sütü alternatifidir.”* şeklindedoğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanması gereken ispata muhtaç ifadelerin kullanıldığı;

www.kamelya.com adresli internet sitesinde yer alan “ZincOmega Şurup”, “Fito Vision Alıç Çiçeği”, “Nutrigen Ferromixin Şase Form”ve “Zdrovit Multivitamin&Mineral +Lutein” isimli ürünlere ilişkin olarak endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

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 5 ve 7 nci maddesi,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24 üncü maddesi,

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 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, reklam veren **Kamelya Itriyat Ürünleri Pazarlama ve Bilişim Teknolojileri Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2014/33**

**Şikayet Edilen: Ak-Aş Sağlık Ürünleri İtriyat Kozmetik Turizm Tekstil Gıda Yapı Malzemeleri Hediyelik Eşya Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Depantenol Baby Pişik Krem”***markalı ürüne ilişkin olarak [www.alsakgitsek.com](http://www.alsakgitsek.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2013 ve 19.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.alsakgitsek.com](http://www.alsakgitsek.com) adresli internet sitesinde ***“Depantenol Baby Pişik Krem”***markalı ürüne ilişkin olarak; *“Antibakteriyel ve antifungal etkiye sahiptir. D-Panthenol: Cildi nemlendirir, rahatlatır” ve koruyucu tabakasını yenileyerek iyileşme sürecini hızlandırır. Allantoin, Chamomile: Cilt tahrişlerinde etkilidir. Ciltteki pişik ve kızarıklıkların oluşmasını önler. Jojoba Yağı, Fındık Yağı, Buğday Yağı: Ciltteki gerginliği alır bağ dokusunu güçlendirir ve antioksidan etkisi sayesinde cilt hücrelerinin yenilenme sürecini hızlandırır. Hexamidine Diisethionate: Anti fungal, anti bakteriyel ve antiseptik etkisi ile pişik oluşmuş ciltte bakterilerin yerleşmesi ve çoğalmasına karşı etkin koruma sağlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Depantenol Baby Pişik Krem”markalı ürüne ilişkin olarak [www.alsakgitsek.com](http://www.alsakgitsek.com) 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 ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği;

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ve “Bebek Mamaları” gibi prebiyotik bileşen içeren gıda kapsamında piyasaya sürülen 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,

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24 üncü maddesi,

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 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, reklam veren **Ak-Aş Sağlık Ürünleri İtriyat Kozmetik Turizm Tekstil Gıda Yapı Malzemeleri Hediyelik Eşya Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2014/248**

**Şikayet Edilen: Novatemed Innoceutıcals A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Folixir”***markalı ürünlere ilişkin olarak www.folixir.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.01.2014 ve 24.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** ***“Folixir”***markalı ürünlere ilişkin olarak www.folixir.com adresli internet sitesinde; *“Folixir ürünlerinin etkinliği ve güvenilirliği bitmiş ürünlerle yapılan in-vitro ve in-vivo klinik çalışmalarla kanıtlanmıştır. Buna göre Folixir ürünlerinin düzenli kullanımıyla: 3 ay içinde saç dökülmesi kontrol altına alınır. 6 ay içinde yeni ve sağlıklı saç gelişimi başlar. Folixir ürünlerinin Erkek Tipi Saç Dökülmesi olarak da bilinen ve en yaygın görülen saç dökülmesi tipi olan Androgenetik Alopesi'nin en önemli sebeplerinden birisi olan DHT hormonunun oluşumunu önlediği Fransa'daki bağımsız laboratuvarlarca onaylandı. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Serumu'nun lokal olarak etki ederek saç kökü hücrelerindeki DHT oluşumunu önlediği ve bunu yaparken herhangi bir hücresel toksisiteye ya da sistemik yan etkiye yol açmadığı Fransa'da bulunan ve dünyaca ünlü bağımsız bir laboratuvar olan BioAlternatives - State of the Art Laboratory tarafından yapılan in-vitro testlerle kanıtlanmıştır. Bu çalışma ayrıca Folixir'in diğer saç dökülmesi karşıtı ürünlerden 3 kat daha etkili ve güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. 1) FAZ 0 (Pre-klinik Çalışma Fazı) Bu fazdaki çalışmalar in-vitro etki ve toksisite çalışmalarıdır: Folixir adına bu çalışmayı Fransa'daki dünyaca ünlü bağımsız bir laboratuvar olan BioAlternatives - State of the Art Laboratory gerçekleştirmiştir. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü'nün (Serum) hücre düzeyinde saç dökülmesine sebep olan etkenlerden en önemlisi olan DHT oluşumunu saç kökünde lokal olarak engellediği ve bu yönde Finasterid gibi etki ettiği kanıtlanmıştır. Yapılan karşılaştırmalı testlerde Folixir’in lider markalardan 3 kat daha üstün etkiye sahip olduğu ve bu etkiyi gösterirken diğer ürünlerin aksine hiçbir hücresel toksisiteye ve yan etkiye neden olmadığı belirlenmiştir. (…) FAZ 2 Genellikle 30 - 50 arasında gönüllü "hasta" üzerinde yapılan çalışmadır. Genellikle 30 kişi örnekleme için yeterli bir sayıdır. Ürünün etkinliği bu aşamadan sonra anlaşılabilir: Folixir ürünleri için bu çalışma Novatemed Innoceuticals laboratuvarlarında 42 gönüllü "hasta" üzerinde yapılmıştır. Bu gönüllülerin Folixir ürünlerini kullandıkları 6.ncı ayın sonunda %100'ünün saç dökülmesi probleminin ortadan kalktığı ve %92'sinin ise yeni saç sayısında artış olduğu tespit edilmiştir. (…) FAZ 3 Ürünün piyasaya çıkmasından sonraki fazdır. Bu fazda ürünün farklı etkileri tespit edilip yeni uygulama alanları bulunabilir: Folixir için şu anda bu aşamadaki klinik çalışmalar gerçekleştirilmektedir ve Folixir ürünlerinin Androgenetik Alopesi yanında Alopesi Areata, Total Alopesi ve Diffüz Alopesi (Telogen Effluvium) durumlarında da çok başarılı sonuçlar verdiği belirlenmiştir. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum) içerisinde bulunan doğal ve bitkisel içerikli Dr.Meral’s Elixir® No 23 Herbal Novasome® Complex (Patent Pending): Saç kökü hücrelerindeki DHT oluşumu ve DHT’nin Androjen Reseptörleri’ne bağlanması ile mücadele ederek saç dökülmesini durduran, -VEGF (Vascular Endothelial Growth Factor) sentezini lokal olarak artırarak saç kökündeki kılcal damarları yeniden canlandıran ve saç kökünün kılcal damarlar yoluyla beslenmesini  başlatan, -Saç kökü hücrelerini aktive ederek yeni saç gelişiminin başlamasına etkili bir biçimde yardımcı olan, -Saçları büyüten ve uzatan (hair growth), Novasome® içerisine konulmuş çok özel bitki özleri ve doğal bileşenlerden oluşmaktadır. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü (Serum), saç dökülmesi problemi yaşayan kişiler için dermatoloji profesörü ve uzman ekibi tarafından geliştirilmiş ve test edilmiştir. Folixir serum, Novasome®teknolojisinin, FNDS® - Follicular Nano Delivery System adını verdiğimiz güçlü emilim sisteminin ve saç dökülmesine karşı en güçlü aktif maddelerin kullanılmasıyla maksimum etkinin sağlandığı bitkisel içerikli bir serumdur. İçeriğindeki patentli eşsiz Dr. Meral’s Elixir® No 23 Herbal Novasome® Complex ve doğal bileşenler sayesinde düzenli kullanıldığı takdirde: -Saç dökülmesi sebepleriyle mücadele eder. -Saç dökülmesini önler. -Saç köklerini aktive ederek yeni ve sağlıklı saç gelişimini destekler. Nanoteknoloji sayesinde klasik ürünlerden çok daha güçlü formüle edilmiştir. Hiçbir sistemik yan etkisi yoktur. Yapay renklendirici ve Paraben içermez. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Tablet içerisinde bulunan doğal ve bitkisel içerikli Dr.Meral's Elixir® No 19 Complex (Patent Pending), saç kökünün beslenmesi için gerekli olan ve saç kökü hücrelerini aktive ederek yeni saç gelişimini başlatan doğal ve bitkisel maddeler yanında saçları büyüten ve uzatan (hair growth) destekleyici bileşenlerden oluşmaktadır. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Tablet, saç dökülmesi problemi yaşayan kişiler için dermatoloji profesörü ve uzman ekibi tarafından geliştirilmiş ve test edilmiş doğal ve bitkisel içerikli bir formüldür. İçeriğindeki eşsiz Dr. Meral's Elixir® No 19 Complex ve doğal bileşenler sayesinde düzenli kullanıldığı takdirde: -Saç dökülmesi sebepleriyle mücadele eder. -Saç dökülmesini önlemeye yardımcı olur. -Saç köklerini besleyerek aktive eder; yeni ve sağlıklı saç gelişimini destekler. -Saçların doğru ve sağlıklı yapılanmasını destekler. -Saçların daha kalın, daha kuvvetli ve daha hızlı uzamasını destekler. -Folixir Serum'un yanında kullanılması önerilen güçlü bir takviyedir. -Folixir Tablet hormon ya da anti-hormon içermez ve sistemik hiçbir yan etkisi yoktur. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Şampuan, saç dökülmesi problemi yaşayan ya da daha sağlıklı saçlara kavuşmak isteyen kişiler için dermatoloji profesörü ve uzman ekibi tarafından geliştirilmiş ve test edilmiş bitkisel içerikli bir şampuandır. İçeriğindeki eşsiz Dr. Meral's Elixir® No 21 Herbal Novasome® Complex ve doğal bileşenler sayesinde düzenli kullanıldığı takdirde: -Saç dökülmesini önlemeye yardımcı olur. -İçerisinde bulunan Novasome® yapılar sayesinde diğer şampuanlara göre çok daha etkilidir. -Saçlı deriyi biyolojik olarak derinlemesine temizler. -Kepek oluşumunu ve yağlanmayı önler. -Saçlı derinin florasını dengeleyerek sağlıklı bir saçlı deri oluşturur. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Formülü'nü (Serum) destekleyici niteliktedir ve serumu uygulamadan önce kullanıldığında serumun saç köklerine daha iyi emilmesini sağlar. SLS (Sodium Lauryl Sulphate), SLES (Sodium Laureth Sulphate) ve Paraben içermez. Folixir Kalınlaştırıcı Saç Kremi, saçları incelen ya da daha sağlıklı, kuvvetli, parlak ve kalın telli saçlara kavuşmak isteyen kişiler için dermatoloji profesörü ve uzman ekibi tarafından geliştirilmiş ve test edilmiştir. Folixir Kalınlaştırıcı Saç Kremi düzenli kullanıldığında: -Saça hacim ve parlaklık kazandırır. -Saçı besler. -Daha sağlıklı, daha kalın ve daha kuvvetli saç teli oluşumunu sağlar.-Saçları nemlendirir. Paraben içermez. Folıxır Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Serumu; Erkek tipi saç dökülmesini tedavi etmenin en etkili, zararsız, kolay ve ekonomik yolu, saç dökülmesine karşı güçlü etkiye sahip, topikal uygulanabilen ve saç kökü hücrelerine en mükemmel emilimi sağlayarak (FNDS®) lokal yoldan etki eden bir ürünle saç dökülmesi yaşanan bölgeye dışarıdan müdahale etmek ve saç dökülmesine sebep olan dihidrotestosteron (DHT) hormonunun üretimini ve DHT'nin androjen reseptörlerine bağlanmasını saç kökünde engellemektir. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Serumu, içeriğindeki eşsiz Dr. Meral's Elixir® Nº 23 Herbal Novasome® Complex ve diğer doğal etken maddeler sayesinde bu işlevleri yerine getiren en etkili Anti-DHT serumdur. Ayrıca, saç kökünde VEGF (Vascular Endothelial Growth Factor) sentezini artırarak küçülmüş ve görevini yapamayan kılcal damarları tekrar yapılandırır ve saç kökünün sağlıklı beslenmesini sağlar. Böylece saçların telogen faza (dinlenme fazı) girmesini engeller, saç dökülmesini durdurur ve saçları hep anagen fazda (büyüme fazı) tutarak sağlıklı saç gelişimini devam ettirir. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Yoğun Terapi Serumu, saç dökülmesi sebepleriyle saç kökünde lokal olarak mücadele ederek üstün başarı gösteren ve nanoteknoloji sayesinde saç kökünde hücre düzeyinde etkili tam etkili bir serumdur. Folıxır Saç Dökülmesine Karşı Tablet; Erkek tipi saç dökülmesi ile mücadele ağızdan alınan ve sistemik hormonal etkisi olan bir tablet ile yapılırsa, vücut için gerekli bir erkeklik hormonu olan DHT'nin üretimi bütün vücutta engelleneceği için sayısız yan etkilerle karşılaşmak olasıdır. Ancak; hormonal etkisi olmayan ve sadece saç kökü hücrelerinin sağlıklı saç üretmesi için gerekli olan destekleyici maddeleri (Dr. Meral's Elixir® Nº 19 ve çeşitli özel bitki özleri, vitaminler, mineraller, esansiyel amino asitler v.b. gibi) ihtiva eden Folixir Saç Dökülmesine Karşı Tablet kullanıldığında saç dökülmesi ile içeriden de mücadele edilerek sağlıklı saç gelişimi desteklenir. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Tablet'in hiçbir hormonal ve sistemik yan etkisi yoktur. Folıxır Saç Dökülmesine Karşı Şampuan; Folixir serumun saç köklerine daha iyi emilimini kolaylaştırmak için, saç derisini derinlemesine temizleyerek saç derisini yağ ve sebum gibi biyolojik kirlerden arındıran ve içeriğinde saç dökülmesiyle savaşan Dr. Meral's Elixir® Nº 21 Herbal Novasome® Complex ve diğer etken maddeler barındıran Folixir Saç Dökülmesine Karşı Şampuan'ın kullanılması tavsiye edilir. Folixir Saç Dökülmesine Karşı Şampuan hafif şiddetteki saç dökülmelerinin önlenmesine yardımcı olur. Folıxır Kalınlaştırıcı Saç Kremi; Saçlara sağlıklı, parlak, kalın telli ve dolgun bir görünüm kazandırmak için Folixir şampuan sonrasında Folixir Kalınlaştırıcı Saç Kremi kullanılmalıdır.”* 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 *“Folixir”* markalı ürünlere ilişkin olarak www.folixir.com adresli internet sitesinde yer alan iddialar aracılığıyla anılan ürünün alopesi (kellik) adlı hastalık tedavisinde kullanıldığı imajının yaratıldığı ve bu durumun Kozmetik Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımına uygun olmadığı; kozmetik ürünlerin kozmetik tanımı dışında tedavi edici ibareler ile piyasaya arz edilemeyeceğinden tüketicilerin yanıltıldığı ve diğer taraftan bu ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu; ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı;

Diğer taraftan, anılan internet sitesinin “Basın Odası” bölümünde *“Folixir”* markalı ürünlere ilişkin olarak yazılı ve görsel medyada çıkan tanıtımların mevzuata aykırı ve ispata muhtaç iddialar olduğu, ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı, söz konusu internet sitesinde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; 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 “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 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, reklam veren **Novatemed Innoceutıcals A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2013/1397**

**Şikayet Edilen: Hera Estetik Medikal Bilgisayar Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.sensolkrem.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Sensol Body Care”*** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** ***“Sensol Body Care”*** isimli ürünlereilişkinolarak www.sensolkrem.com adresli internet sitesinin 06.12.2013 tarihli görünümünde, *“Sıkı ve fit bir vücut için Sensol sense of solution ile doğadan gelen güzellik.* *PPC enjeksiyonun yerini tutabilen selülit ve aşırı yağların yok edilmesinde non invazif. Profesyonel PPC krem uygulamasıdır. Vücut şekillendirici+ cilt gerginleştirici için hızlı sonuç… mikronalrı aktif içerikler ( PPC, L-karnitin, sodyum deoksikolat cilde anında nüfuz eder. Vücut inceltici diğer ampul ve jellerle karşılaştırdığınızda farkı görebilirsiniz. Çeşitli doğal ya ve içerikleri cilt elastikiyetini artırmanın dışında içeriklerin nüfuz etmesini hızlandırır. –Selülitlerin yok edilmesinde ve yağların eritilmesinde etkilidir. -İlk kullanımdan itibaren gözle görülebilen sonuçlar. -Birkaç bedene kadar incelme imkanı. –Bilinen tüm yağ aldırma yöntemleri ile kıyaslandığında çok daha ucuzdur. –Cildinizi eskisi gibi sağlıklı ve doğal görünümüne kavuşturur.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Sensol Body Care” isimli ürünlere ilişkin olarak www.sensolkrem.com 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 “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 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, reklam veren **Hera Estetik Medikal Bilgisayar Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2014/129**

**Şikayet Edilen: Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Bioblas Şampuan”***markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında, [www.bioblas.com](http://www.bioblas.com) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013, 2014, 03.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Tv,İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** *“Bioblas Şampuan”* markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda; *“Harvard Üniversitesi bilim adamları diyor ki: antioksidanlar arasında son 100 yılın en önemli keşfi RESVERATROL. Resveratrol içeren Bioblas 360 derece yenileyici ve koruyucu şampuan sürekli kullanımda üç farklı faydayı birden sağlar. Bir, 360 derece onarım. İki, kökten uca güçlendirme. Bioblas’tan Resveratrol ile 360 derece onarım.”* şeklinde, [www.bioblas.com](http://www.bioblas.com) adresli internet sitesinde *“BIOBLAS 360⁰ Renovation&Protection, bilinen en güçlü antioksidan olan Resveratrol ile serbest oksijen radikallerinin zararlı etkilerini önler, hasar görmüş ve cansız saçlar için geliştirilmiş formül 360⁰ yeniler ve korur. Bioblas’tan Resveratrol ile 360 derece onarım! Harvard Üniversitesi bilim adamları diyor ki: antioksidanlar arasında son 100 yılın en önemli keşfi RESVERATROL. Üç farklı fayda (…), yıpranmış saçları onarır. Kökten uca güçlendirir.”* şeklinde ve ürün ambalajında *“Bioblas şampuan saç dökülmesine karşı bitkisel serum katkılı formülüyle, saçın zamanla kaybettiği elementlerin yenilenmesini sağlayarak ölmemiş saç köklerinin güçlenmesine yardımcı olur. Dış etkenlerin saçlar üzerindeki etkilerini azaltır. Saç diplerini besleyerek saçın ömrünü uzatır. BIOBLAS 360⁰ Renovation&Protection, bilinen en güçlü antioksidan olan Resveratrol ile serbest oksijen radikallerinin zararlı etkilerini önler, hasar görmüş ve cansız saçlar için geliştirilmiş formül 360⁰ yeniler ve korur.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Bioblas Şampuan” markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında, [www.bioblas.com](http://www.bioblas.com) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yukarıda belirtilen ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı, anılan reklamlarda yer alan *“Harvard Üniversitesi bilim adamları diyor ki: antioksidanlar arasında son 100 yılın en önemli keşfi RESVERATROL”* şeklindeki ifadeye firma tarafından sunulan bilimsel makalelerde yer verilmediği, reklamlarda kullanılan ifade ile bilimsel makalelerden yapılan alıntının aslına sadık kalınmadığı; dolayısıyla bahsi geçen hususların;

-Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 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, reklam veren **Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde 91.370.-TL (Doksanbirbinüçyüzyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2014/62**

**Şikayet Edilen: Yeşil Şifa Mehmet İlteber BAHADIR**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Dermo Kür”***markalı ürünlere ilişkin olarak [www.sedefkur.com](http://www.sedefkur.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.01.2014 ve 11.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Dermo Kür”* markalı ürünlere ilişkin olarak [www.sedefkur.com](http://www.sedefkur.com) adresli internet sitesinde; *“Egzama ve sedef hastaları çaresiz değilsiniz. Dermokür ile yepyeni bir yaşama merhaba. Dermo Kür sedef hastalarının cilt bakımlarında en fazla tercih ettiği üründür. Dermo Kür cilt bakım seti cilt rahatsızlığı olan pek çok insanın, evlerinde, banyolarında uygulayabileceği çok kolay bir metottur. Dermo Kür pek çok cilt hastalığı kliniğinde uygulanan bakım metotlarının yanında Dr. Mehmet İlteber BAHADIR’a ait kendisinin geliştirdiği özel bir metottur.* *Dermo Kür Set özel himalya tuzlu karışım, klinoptilolitli şampuan ve maske, termal sabun ve cilt bakım sabunu içeren ciltlerinde lezyon taşıyan hastalar için geliştirilmiş mükemmel bir settir. Yaklaşık 2 aylık kullanım süresi vardır. Sağlıklı bir cilt için en az 6-8 aylık Kür uygulaması yapılmalıdır. Dermo Kür cilt bakım küründen yeterli sonuç alınmak isteniyorsa uygulamanın doğru şekilde yapılması şarttır. Mineralli cilt bakım sabununa geçiş döneminde lezyonların mutlaka kırmızıdan kahverengi-gri renge geçmesi gerekir. Mineralli cilt bakım sabunu uygulaması en az 3-4 ay yapılır. Lezyonların çıkmadığından emin olduktan sonra, kür uygulaması sona erdirilir. Dermo Kür Mega Set vucütlarında ağır lezyonları olan hastalar için hazırlanmış çok özel bir settir. Dermo Kür Mega Set yaklaşık 4-5 aylık kullanım sürelik kür içerir. Hastalar Dermo Kür Mega Set kullanım süresi içerisinde ciltlerindeki değişiklikleri çok rahat görürler. (…)Kür ile birlikte; -Ciltteki eksik mineral ve vitaminler yerine konur. -Cildin pH ve yağ dengesi düzenlenir. -Cilde protein ve Amino asit desteği sağlanır. -Ciltteki kollejen dokunun gelişmesini sağlar. -Cildin tamiral mekanizmalarında en önemli rolü gerçekleştirir. Lezyonlarda kür uygulandıktan sonra bir çok doku geliştirici faktör ortama sağlanır. Kürde ki esas etki dokuları hızla onarmaktır. Gerek sedef-egzama lezyonlarına sahip hastalara, gerekse iktiyozis veya geçmeyen mantar hastalarının doku ciltlerine hasar vermeden kolayca uygulanabilir. Himalaya tuzu,zeolitli şampuan ve maskenin kullanımıyla beraber, hem saçlarınızda ki hemde vücudunuzda ki lezyonlara derin bir cilt bakımı yapmaktayız. İkinci olarak uygulayacağımız yeşil ve siyah termal sabunlar sayesinde lezyonlarınızın aktifliği ortadan kalkacak kırmızı-pembeden, kahverengi-mor renge dönüşecektir. Altı haftalık termal sabun kür uygulamasından sonra beyaz mineralli cilt bakım sabunu kullanmanız bizim için çok önemlidir. Bu sayede ciltteki hassas bölgeler çok hızlı bir şekilde kapanır, hem de lezyonların tekrarlama nüksetme ihtimali azalır. Bu şekilde arada sırada çıkan küçük tek tek lezyonlarda ortadan kalkacak, mutlu yepyeni bir yaşam sizin olacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Dermo Kür” markalı ürünlere ilişkin olarak [www.sedefkur.com](http://www.sedefkur.com) 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 ve anılan internet sitesinde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- 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 “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 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, reklam veren **Yeşil Şifa Mehmet İlteber BAHADIR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2014/1092**

**Şikayet Edilen: Trfarma Sağlık ve Kozmetik Ürünleri Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dermobakim.com](http://www.dermobakim.com) adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürünlere ve gıda takviyesi ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2014-14.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dermobakim.com](http://www.dermobakim.com)adresli internet sitesinin 20.08.2014 tarihli görünümünde; “*Mustela Vitamin Barrier Cream: Pişik ve tahriş oluşumunu önleyici krem. Bez bölgesini korur ve rahatlatır. Özellikleri nedir? Pişiği önleyen Mustela Vitamin Barrier Cream cildin rahatlamasını sağlar. Bu krem pişiği tehdit eden her etkenden bebeğinizin cildini korur. Kızarıklığı önler ve tahriş oluşumunu önler. Cildin yumuşak olmasına yardımcı olur. Ürün hipoalerjeniktir. İçerisindeki çinko oksit dış etkenlere karşı ciltte siper görevini üstlenir. Dermatolojik testlerden başarıyla geçtiğinden ürünü güvenle kullanabilirsiniz. İçerisindeki ayçiçeği yağı cildin onarılması ve yapılandırılmasına yardımcı olur. Avokado perseose cildi korur. "*  ile 05.09.2014 tarihli görünümünde yer alan*; " Bioderma SensibioDS+Cream: Cilt üzerinde tahriş etkisi yaratacak unsurları yok etmeyi sağlar. Yatıştırıcı ve nemlendirici oldukça etkili bir bakım ürünüdür. Cilt üzerinde pullanmayı azaltır. Tahris olan cildi yatıştırır ve cilt üzerindeki kızarıklığın giderilmesini sağlar. Burun kenarları, kaş üstü, alın ve çene gibi yağı çok barındıran tahriş olmuş cilt bölgelerindeki kızarıklıkları ve skuamları temizler. (...) Perrcione MD Chloro Plasma Anti Aging Maskesi: İçerdiği bitkisel besinler ile derinlemesine detoks etkisi yaratır. Cildi arındırı. İnce çizgi ve kırışıklıkları azaltır. Porların görünümünü belirgin şekilde azaltır. Derin kırışıklıklar, genişlemiş gözenekler, ışıltısını yitirmiş cilt ve detoks etkisi isteyen tüm cilt tipleri için uygundur. "* ve *“ Vitamin ve Bitkiseller****"***  başlığı altında tanıtımı yapılan "*Ch Alpha Fortigel Saşe: CH ALpha Fortigel Saşe kıkırdağın %70'ini oluşturan kollajenden yapısını geliştirmek, onarmak ve onun pürüzsüz ve esnek kalmasını sağlamak amacıyla Bioactive Collagen Fortigel hammaddesini içerir. (...) Fat Block Yağ Tutucu İkili Paket: Fat- Blocker Fazla Kiloları Sağlıklı Bir Şekilde Vermeye Yardımcı Tablet Hem kadınların hem de erkeklerin güvenle kullanabileceği FatBlocker  içerdiği Captoglicolipid'in etkisiyle gıdalarla birlikte alınan aşırı yağların %40'a kadarını tutarak vücuttan dışarı atar böylece kilo vermenize yardımcı olur. Fat Block Çift Katmanlı yağları kendine çeken formülün özelliği ile fazla kilolarınıza karşı mücadelede yüksek performans etki gösterir. Bu katmanlar hem yağ tutucu hem de fiber özelliği olan chitosan ve askorbik asidi (C Vitamini ) belirli oranlarda içermektedir."* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 20.08.2014 ve 05.09.2014 tarihli görünümlerinde yer alan 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 ve internet sitesinde yer alan daha birçok kozmetik ürüne ilişkin ifadelerin mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10. maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13. Maddesi,

Diğer taraftan *“ Vitamin ve Bitkiseller****"***  başlığı altında bahsi geçen ifadelere yer verilerek ise bu ve benzeri gıda takviyesi ürünlere yönelik endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tanıtım yapıldığı, bu durumun;

- 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 Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 6. Maddesi,

- 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,

-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 **Trfarma Sağlık ve Kozmetik Ürünleri Pazarlama ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2014/1094**

**Şikayet Edilen: Trfarma Sağlık ve Kozmetik Ürünleri Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dermokozmetik.com](http://www.dermokozmetik.com) adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.07.2014-20.08.2014-05.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dermokozmetik.com](http://www.dermokozmetik.com)adresli internet sitesinin 20.08.2014 tarihli görünümünde; " *Mustela Vitamin Barrier Cream: Pişik ve tahriş oluşumunu önleyici krem. Bez bölgesini korur ve rahatlatır. Özellikleri: Çinko oksidin bariyer oluşturucu etkisi sayesinde cildi idrar, dışkı ve bezin temasında kaynaklanan tahrişler gibi zararlı dış etkenlere karşı izole eder, B5 ve F vitaminleri sayesinde pişik oluşumunu önlemeye ve hücrenin beslenmesini desteklemeye yardımcı olur. B5 vitamini ve Sea Butter sayesinde tahrişi azaltmaya ve cildi yumuşatmaya yardımcı olur. Cilt üzerinde koruyuc bir tabaka oluşturarak Mustela'ya özgü " temiz bebek kokusu" ile sarar. Alerjik reaksiyon riskini minimuma indirmek üzere hipoalerjenik olarak üretilmiştir. Dermetolojik testlerden geçirilmiştir. ""*  ile 05.09.2014 tarihli görünümünde yer alan*; " Alpecine Kafein, Sasç Dökülmesini Engelleyici ve Yeni Saçların Çıkmasını Uyarıcı Şampuan: kafein içeren aktif madde kombinasyonu ile saçınızı hassas bir şekilde temizlerken saç köklerini uyarır ve saçın büyüme evrelerine katkıda bulunur. Erken saç kaybına karşı etkilidir. Saç kökü verimliliğini arttırır, saçın büyüme hızını arttırır. Uygulandığında kafeinin etkisiyle saç derisi üzerinde hafif karıncalanmaya neden olur, aktif maddeler saç gövdesi boyunca saçı uyararak saçın daha canlı olmasını sağlar. (..) Bellisya Egzama Sabunu: Bellisya Psoriasis ve Dermatitn Semptomatik Tedavisinde yardımcı, kserotik cilt ve atopik ciltler için sabun. Hassas cildi temizler, nemlendirir ve dengeler. Özel formülü sayesinde egzama, dermatit ve sedef hastalığının semptomatik tedavisini desteklemede etkili olarak yardımcıdır. (...)Lierac Çatlak Kremi Hamilelik Çatlakları Önlemeye Etkili Jel: Vücudumuzun temel yapıtaşları olan elastin ve kolajen, fibroblast hücrelerinden üretilen bu liflerinin kalitesinin azalması sonucunda vücudun belli bölgelerinde çatlaklar oluşmaya başlar. Cildimizdeki çatlakların görünümü sıklıkla ergenlik dönemlerinde, fazla kilo alınımı verya kaybı gibi kilo değişimi sonucunda ve hamilelik gibi yoğun hormonal değişimlerin meydana geldiği dönemlerde sıklıkla oluşur. Lierac Phytolastil Gel Jel Çatlak Kremi %35 oranında cildi yeniden yapılandırıcı bitkisel kompleksler içeren bu yağsız çatlak oluşumunu önleyici ve giderici jel basenlerde, kalçada, karında ve göğüs etrafında çatlakların oluşmasını ve ortaya çıkmasını engeller. 268 hamile kadın ile birlikte yürütülen, hamile annelerin 3. ayından doğumdan 1 ay sonraki zamana kadar Lierac Phytolastil Çatlak Kremi kullanan çalışma sonucu vakaların %84'ünde hamile kadınların çatlaklarında, görünümünde yoğun ve belirgin azalma gözlenmiştir.”* ve “Vitamin ve Bitkisel Takviyeler" başlığı altında tanıtımı yapılan " *Heliocaps Kapsül: Cildi güneş ışınlarına karşı korumak ve sağlıklı bronzlaşmak için doğal bitkisel gıda takviyesidir. Heliocare oral kapsül takviyesi kanıtlanmış cilt için özel UV korumaya yardımcı doğal bitki özü sayesinde yüksek düzeyde cilt üzerinde koruma sağlarken Vitamin C ve E vitamini ve botanik, Licopene ile cildi yaşlanma belirtilerine karşı korur. Antioksidan koruma ile cildin bağışıklık sistemine ve hücre DNA'sını korumaya yardımcı olur. (...) CH Alpha Fortigel Saşe: Takviye edici gıda takviyesi. CH Alpha'nın sırrı Fortigel maddesidir. Kıkırdak doku yenilenmesinde etkili gıda takviyesidir. Eklem kıkırdağının doğan yenilenmesine yardımcıdır."* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 20.08.2014 ve 05.09.2014 tarihli görünümlerinde yer alan 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 ve internet sitesinde yer alan daha birçok kozmetik ürüne ilişkin ifadelerin mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, *“Vitamin ve Bitkisel Takviyeler”* başlığı altında bahsi geçen ifadelere yer verilerek ise gıda takviyesi ürünlerine yönelik endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tanıtım yapıldığı, bu durumun;

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10. maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13. Maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24. Maddesi,

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6. Maddesi,

- 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,

-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 **Trfarma Sağlık ve Kozmetik Ürünleri Pazarlama ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2014/1097**

**Şikayet Edilen: Kıbrıs Pazarlama Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kibrispazarlama.com](http://www.kibrispazarlama.com) adresli internet sitesinde yer alan kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2014-22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kibrispazarlama.com](http://www.kibrispazarlama.com) adresli internet sitesinin 12.08.2014 ve 22.09.2014 tarihli görünümünde; “ *Blue Ocean Defne Sabunu, defne meyvelerinden elde edilen yağ ve zeytinyağı karışımından üretildi. Hem vücut hem de saç bakımı için kullanılabilir. Parfüm içermez, doğal ve güzel kokuludur. Saç; saç dökülmelerini, kepeklenmeyi ve saç derisindeki kaşıntıyı giderir. Saçı besler ve parlatır. Vücut; defne sabununun antiseptik özelliği kaşıntı, parazit, mantar ve isilik gibi cilt sorunlarını giderir. (...) Blue Ocean Nar Çekirdeği Yağı. Nar Çekirdeği, Polyhenol gibi önemli bir antioksidan içerir. BU özelliğiyle, köt kolestrolün azaltılmasına ve hipertansyionun düşürülmesine yardımcı olur. Bunun yanında, Lipide peroksidasyon ve ACE enzim aktivitesinin düşürmede doğal destekleyici bir rol üstlenmektedir. "* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 12.08.2014 ve 22.09.2014 tarihli görünümlerinde yer alan 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 ve internet sitesinde yer alan daha birçok kozmetik ürüne ilişkin ifadelerin mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10. maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13. Maddesi,

- 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,

-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 **Kıbrıs Pazarlama Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**16)**

**Dosya No: 2014/945**

**Şikayet Edilen: Özel Mia Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Çocuğunuzun Pedodontisti Var Mı?”*** ve ***“Ağız ve Diş Sağlığınızla İlgili Her şey Tek Çatı Altında”*** başlıklı el ilanlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** El ilanı

**Tespitler: *“Çocuğunuzun Pedodontisti Var Mı?"*** başlıklı el ilanlarında; "*Ömür boyu kullanacağı sağlıklı dişleri ona bugünden hediye edebilirsiniz. Uzman pedodontistler olası dental sorunları önelmek için gereken eğitimleri almanızı sağlayacaktır. Travmalarda erken dönemde pedodontiste ulaşmanın kalıcı diş hasarlarını önleyebileceğini biliyor muydunuz? Bebeğinizi gizli diş problemleri olabileceğinden haberiniz var mı? Özel Çocuklara Özel Çözümler. Nörolojik, ortopedik ya da ek sağlık problemleri olan çocuklar için bireyselleştirilmiş çözümler sunulmalıdır. Hayata erken başlayan prematürelerden, dikkat eksikliği hiperaktivitesi olanlara, nörolojik ya da anatomik problemleri olanlardan sadece doktro korkusunu yenemeyenlere kadar her farklı çocuk için farklı çözümler gerekir. Bu açıdan profesyonel bir ekibin multidisipliner çalışması son derece önemlidir. (...) Küçük bireyler diş kliniğinin özel misafirleridir. En güzeli onlar oyunlarını oynarken tüm işlemlerin tamamlanmasıdır. Bu ancak uzman pedodontistler ve özel tasarlanmış pedodonti klinikleri sayesinde mümkün olabilir. Sedasyon. Sadece gözlerini kapatsın. Uyandığında ona "geçmiş olsun" diyerek gülümseyebilirsiniz. (...) Acil durumlar. Ağız ve diş sorunları 7 gün 24 saat her an yaşanabilir. Erken tanı ve tedavinin kalıcı ciddi problemleri önlediği bilimsel bir gerçektir. Dhaa başarılı sonuçlar için gecikmeden müdahale edilmesi son derece kritiktir. Bu nedenle diş hekiminize 365 gün 24 saat ulaşabilmelisiniz. 7/24 ACİL."*  ve ***"Ağız ve Diş Sağlığınızla İlgili Herşey Tek Çatı Altında"*** başlıklı el ilanlarında ise; "*Miadent Ankara. Başkentin ihtiyaç duyduğu Ağız ve Diş Sağlığı. Tek çatı altında tüm klinik ve cerrahi alanlar, radyoloji departmanı, anestezi departmanı, implant eğitim merkezi ve diğer destek hizmetler. Geniş Uzman Kadrosu. Yüksek teknolojik donanım. 7 gün 24 saat kesintisiz hizmet. Hastalara Özel Otopark Alanı. Evde Diş Tanı ve Tedavi Hizmetleri. Bilimsel, Hızlı, Ekonomik ve Bireyselleştirilmiş Çözümler. Yeni Nesil Diş Hekimliği. 1. Hastaneye ilk başvuruda uzman diş hekimi tarafından kapsamlı muayene yapılır. 2. Muayene bulguları ile ilgili detaylı bilgi verilir. 3. Hastanın gereksinim duyduğu ideal tedavi saptanarak önerilir. Olası seçenekler net olarak sunulur. Süreç tüm boyutlarıyla hastayla paylaşılır. 4. Alanında uzman ekip tedavi sürecini başlatır. Dental İmplant Ağız ve Çene kapsamındaki tüm operasyonlar, merkezimizin tam donanımlı ameliyathanesinde gerçekleştirilir. Sedasyon Gözlerinizi kapatmanız yeterli.. Siz uyandığınızda tüm işlemleriniz bitmiş olacak" Merkezimizde sedasyon, sedoanaljezi ve anestezi işlemleri uzman ekibimizce güvenle uygulanmaktadır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluş tarafından basılan el ilanlarında talep yaratıcı ve kuruluşunuza yönlendirme yapan ifadelere yer verilerek kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı,

Tüm bu durumların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun'un 40. Maddesi,

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

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

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 20 nci 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 **Özel Mia Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2014/739**

**Şikayet Edilen: Dr. Sinan AKKURT**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.biorezonansmerkezi.com](http://www.biorezonansmerkezi.com) adresli internet sitesinin 22.08.2014 tarihli görünümünde; “Terapi Metodlarımız Ağrı *Tedavisi. Alerji Tedavisi. Kilo Tedavisi. Çölyak hastalığı. Belfıtığı. Sigara Bırakma Eğitimi. Günümüzde alerjilerdeki artışta gıda katkı maddelerinin fazla kullanılması; fast-food denen hazır yiyecekler; cep telefonları, bilgisayar kullanımı; stres gibi vücudu olumsuz etkileyen sebeplerde sayılabilir. Bu etkenler bağışıklık sistemimizi devamlı bir savaş halinde tutarak aşırı duyarlı hale getirirler. Biorezonans cihazı kişiye dokunduğunu veya alerji yaptığını düşündüğümüz maddenin frekansını nativ(doğal, olduğu gibi) olarak değerlendirebilir. Alerjen frekansı kişinin kendi frekansıyla karşılaştırılıp rezonans tespit edildiğinde test edilen maddenin alerjik reaksiyona yol açtığını anlamak mümkün olmaktadır. Allerjik bünye kendisine dokunan ama sağlıklı insanlar için hiçbir olumsuz etkisi olmayan allerjen maddeyle karşılaştığı zaman tepki vermektedir. Bu tepki , bu maddelerin frekans kodunu hücrelerin hafızasından silmesi sonucu oluşmaktadır. Vücut maddeyi ‘’yabancı’’ olarak algılar ve bağışıklık sistemi onunla savaşmaya başlar. Hastalık bu şekilde kendini gösterir. Biorezonans temel olarak bu allerjen maddelerin vücuttaki patolojik frekansını sıfırlamayı ve vücuda güçlendirilmiş normal fiziksel frekanslar vermeyi hedefler. Uygulamadan sonra organizma allerjen maddeleri normal kodunda algıladığı için hastalık tablosu oluşmaz. (...) Biorezonans ile yapılmış ilk çalışmalar daha çok alerjiler üzerine yoğunlaşmış olmakla bilikte, tecrübeler arttıkça hemen hemen her hastalıkta etkili bir şekilde kullanılabileceği anlaşılmıştır. Her hastalık vücuttan algılanan frekanslarda değişikliğe neden olur. Sadece bu frekansların ortadan kaldırılması ile pek çok hastalığın tam olarak iyileşmesi mümkündür. Bu hastalıklar arasında bilinen yöntemlerle sebebi tam olarak anlaşılamayan, tedavisi tam olarak yapılamayan, sadece mevcut belirtileri baskılamak şeklinde tedavi edilebilen hastalıklar da vardır.Hücreler arasındaki ve vücudun bütünü içerisinde iletişimi bozan yabancı ve zararlı frekansların ortadan kaldırılması ile sistem düzgün, olması gereken işleyişine yeniden kavuşur. Düzgün çalışan bir vücutta hastalık meydana gelmez, hastalık olsa bile vücudun üzerindeki stresin ortadan kaldırılması ile hastalık geriye dönebilir. Biorezonans ile öncelikle vücutta ne tür bir stres olduğu araştırılır. Bu stres alerjiler, ağır metaller, zehirli toksik maddeler, infeksiyonlar, az bilinen parazitler, sessiz mantar infeksiyonları, çevredeki yoğun elektromanyetik alanlar ya da yaşanılan yerin coğrafi özelliklerinden (Jeopati) kaynaklanıyor olabilir. Biorezonans ile tüm bu olasılıkların var olup olmadığı test edilebilir ve tedavisi yapılabilir. Bu stres faktörlerinin frekansları vücuttan yok edilir, vücuttaki enerji akış yolları temizlenir, böylece organizmanın düzgün çalışması temin edilmiş olur. Bu sayede diğer tedavi yöntemlerine rağmen üstesinden gelinemeyen birçok hastalığın kendiliğinden iyileştiği görülür. Bugün yaklaşık 400 değişik hastalık için standart tedavi protokolleri mevcuttur. Her yıl gerek yurt içi, gerekse yurt dışı biorezonans üzerine yapılan sempozyum ve kongrelerde bir ‘Tamamlayıcı Tıp’ uygulaması olarak bu yöntemi kullananlar bir araya gelerek bilgilerini artırıp, deneyimlerini paylaşmaktadırlar. Konuyla ilgili yapılan ve yapılmakta olan bilimsel çalışmalar ve yazılmış kitaplar mevcuttur. Bütün bunların ışığı altında biorezonans ‘Sağlıkta yeni bir çağın habercisi’ olarak nitelendirilmektedir. (...) Sigara Bırakma Eğitimi BİCOM 2000 cihazı sigara bıraktırma cihazı olarak icat edilmemiştir. Yapılan 20 senelik çalışmalar süresince, uygulanan çeşitli terapiler esnalarında(özellikle Detoks/arınma programları), sigara içen kişilerin sigara miktarlarını azalttıklarını ve hatta sigara içimini bıraktıkları tespit edilmiştir. Bu gelişimi takip ederek, git gide Detoksifikasyon programlarına sigara sanki alerji yapan etkenmiş gibi yeni geliştirilmiş programlar ilave ederek terapiler geliştirilmiştir. Ancak T.C Sağlık Bakanlığı, Amerika Sağlık Bakanlığı’nın ‘Treating Tobaco Use and Clinical Practice Guideline 1996’ kaynağına dayanarak, Akupunktur- Hipnoz- Rezonans terapilerini bu alanda bilimsel kanıtı olmadığı için, sigara bıraktırma terapilerinde kullanılmasını, tıbbı cihaz olarak kabul etse de,  uygun görmemektedir. Biorezonans Metodunun ancak bir eğitim programı olmasını kabul etmektedir.  Dünya Sağlık Örgütü ‘Sigara İÇİMİ/ bağımlılığı bir hastalık olarak kabul etmektedir(İnternational Classification of Diseases; F.17). Hekimler Türk Tababet Kanunun (Sayı 1219) verdiği yetkilere dayanarak her türlü tedaviyi yapabilirler veya hekim kontrolünde yaptırabilirler. Biorezonans standardı 45 dakikalık seanstır. İkinci bir seansa çoğunlukla ihtiyaç olmaz. Tüm başvuranların % 7 – 10 una ikinci bir seans uygulanır. İlk seansta bırakamayan kişiler ikinci bir seansa girme konusunda cesaretlendirilir ancak tekrar deneme kararı kişinin kendisine bırakılır. "* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 22.08.2014 tarihli görünümünde yanıltıcı ifadelerin ve sağlık beyanlarının kullanıldığı, ancak “*Biorezonans Tekniği*” adıyla doğruluğu bilimsel ve klinik olarak kanıtlanmış, ilgili mevzuatta tıbbi işlem olarak tanımlanmış bir tedavi yöntemi bulunmadığı, dolayısıyla hekim dahi olsa hiçbir kimsenin doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ve tedavi yöntemi haline gelmemiş bir metodu hastalar üzerine uygulama yetkisi bulunmadığı, bu nedenle bahsi geçen tekniği kullanarak şahıs tarafından muayenehanede yapılan işlemlerin mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla tüm bu durumların;

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

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

- Tütün Bağımlılığı Tedavi ve Eğitim Birimleri Hakkında Yönetmeliğin 2. ve 8. 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,

-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 **Dr. Sinan AKKURT** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2014/1233**

**Şikayet Edilen:** **Wishe Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.grupanya.com](http://www.grupanya.com), [www.yakala.co](http://www.yakala.co) ve [www.sehirfirsati.com](http://www.sehirfirsati.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 8.9.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Wishe Güzellik Salonu ile ilgili olarak;

- [www.grupanya.com](www.sehirfirsati.com) adresli internet sitesinin 8.9.2014 tarihli görünümünde; *"Turan Güneş Bulvarı Wishe Beauty Club'ta (...) 7 seans kavitasyon (...)Wishe Beauty Club'tan güzelliğe davet var!",*

- <www.yakala.co> adresli internet sitesinin 8.9.2014 tarihli görünümünde; *"Çankaya Turan Güneş Bulvarı'nda yer alan Wishe Beauty Club'dan yakala.co'ya özel (...) Wishe Beauty Club'ın harika uygulamaları ile selülitlerin yol açtığı kötü görüntüden kurtulacaksın.",*

- <www.sehirfirsati.com> adresli internet sitesinin 8.9.2014 tarihli görünümünde; *"Yıldız Wishe Güzellik'te kadınlara özel(...)Wishe Güzellik'in 5 veya 7 seanslık (...)"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda; kuruluşun verdiği hizmetler arasında sayılan *"Kavitasyon"* hizmetinin doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi bir işlem olduğu; dolayısıyla, bu uygulamanın mevzuat gereği kuruluşun bünyesinde uygulanmasının yasak olacağı; öte yandan, söz konusu internet sitelerinde kuruluşun isminin *"Wishe Beauty Club, Wishe Güzellik"* olarak nitelendirilerek kuruluşun güzellik salonu olduğunun açıkça belirtilmediği; dolayısıyla, sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu;, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

* Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin “Güzellik ve estetik veya bu amaçla açılan merkezlerin ve ünitelerin uyumu” başlıklı geçici 4 üncü maddesi ve geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,
* İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 8 inci, geçici 1 inci ve geçici 2 nci maddeleri,
* 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2014/1237**

**Şikayet Edilen:** **Ana Leda Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.9.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.analedaguzelliksalonu.com](www.sehirfirsati.com) adresli internet sitesinin 22.9.2014 tarihli görünümünde; kuruluşun verdiği hizmetler arasında tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerden biri olan "Cilt Ütüleme" uygulamasına yönelik açıklamaların bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda; kuruluşun verdiği hizmetler arasında sayılan "Cilt Ütüleme" hizmetinin doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi bir işlem olduğu; dolayısıyla, bu uygulamanın mevzuat gereği kuruluşun bünyesinde uygulanmasının yasak olacağı; bu bağlamda, sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

* Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin “Güzellik ve estetik veya bu amaçla açılan merkezlerin ve ünitelerin uyumu” başlıklı geçici 4 üncü maddesi ve geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,
* İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 8 inci, geçici 1 inci ve geçici 2 nci maddeleri,
* 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**20)**

**Dosya No: 2014/1239**

**Şikayet Edilen:** **Derya Mumcu (Athena Beauty Club)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.9.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait <www.athenaguzellik.com> adresli internet sitesinin 22.9.2014 tarihli görünümünde;

-"Hizmetlerimiz" başlığı altında; *" Kavitasyon"* ifadesinin kullanıldığı, ayrıca;

-"Kavitasyon Sistemi" başlığı altında; *" Bölgesel yağ parçalama ve yüz lifting’inde yeni nesil teknoloji: Bölgesel yağlardan kurtulmak ve selülitlere veda etmek hiç bu kadar kolay olmamıştı. Düşük radyofrekansa tabi tutulan sıvının içinde oluşan kabarcıklarla gelen zayıflama tedavisi, bölgesel yağların kısa bir sürede parçalanıp vücuttan atılmasını sağlıyor. Bölgesel yerleşmiş yağların giderilmesinde ve selülit tedavisinde, ister tek başına ister diğer tedavi yöntemleriyle birlikte kombine kullanılabilen çok gelişmiş bir kavitasyon sistemidir. Cildin epidermis katmanına düşük radyofrekans verilmesiyle birlikte yağları eriten sistem; bugüne kadar uygulanan mevcut sistemlerden 1000 kat daha etkili sonuçlar alınmasını sağlar. Bu yepyeni uygulama özellikle bel, karın, göbek, basen, sırt ve kol bölgelerine yerleşen yağları başarılı bir şekilde parçalayıp eritirken aynı zamanda da selülitleri de yok etmek üzere kullanılır."* ,

-"İğneli Epilasyon" başlığı altında; *"Gereksiz kılların elektrik akımı kullanılarak yok edilmesine epilasyon denir. Buınun haricindeki diğer sistemlerina dı depilasyondur. Arasındaki fark ise epilasyon kalıcı, depilasyon geçici çözümdür. İğneli epilasyon lazer cihazının okumadığı zayıf ve açık renk tüylerde kesin sonuç verir. İğneli Epilasyon Uygulanamayacak Kişiler: Astım hastaları, Egzama ve mantar problemi olanlar,   
Hepatit B hastaları, Açık yaralar, Epilepsisi olanlar ve spatikler, Hamileler, Kalp pili, metal, protez taşıyanlar, Açık kalp ameliyatı olanlar, Çok düşük ve yüksek tansiyonu olanlar, Yaşı küçük olanlar. Epilasyon Yapılmayacak Bölgeler: Kulak ve burun içleri, Et benleri üzeri, Ana damar üzeri, Saç dipleri ve kaş üzeri."* ifadelerine yer verildiği; kuruluşun isminin ise "Athena Beauty Club" olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda; kuruluşun isminin "Athena Beauty Club" olarak nitelendirilerek kuruluşun güzellik salonu olduğunun açıkça belirtilmediği; sunulan "İğneli Epilasyon ve Kavitasyon" hizmetlerinin doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemler olduğu; dolayısıyla, bu uygulamaların mevzuat gereği kuruluşun bünyesinde uygulanmasının yasak olacağı; bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

* Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin “Güzellik ve estetik veya bu amaçla açılan merkezlerin ve ünitelerin uyumu” başlıklı geçici 4 üncü maddesi ve geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,
* İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 8 inci, geçici 1 inci ve geçici 2 nci maddeleri,
* 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Derya Mumcu (Athena Beauty Club)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2014/1240**

**Şikayet Edilen:** **Hannes Güzellik Salonu Ltd. Şti. (Mila Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:**<https://tr.foursquare.com> ve <https://plus.google.com> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 5.9.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mila Güzellik Salonu ile ilgili olarak; <https://tr.foursquare.com> adresli internet sitesinde *"Mila Güzelik Salonu (solaryum, lazer epilasyon ve make-up)"* ifadeleri ile <https://plus.google.com> adresli internet sitesinde *"Mila Güzellik Salonu ve Make-up Studio'da Aralık ayına özel kampanyalar başlamıştır, tüm vucüt lazer epilasyon paketi 1500 TL"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan ve bir güzellik salonu olan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “Lazer Epilasyon” gibi tıbbi işlemlerin mevzuata aykırı olarak tanıtımını yaptığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

* Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin “Güzellik ve estetik veya bu amaçla açılan merkezlerin ve ünitelerin uyumu” başlıklı geçici 4 üncü maddesi ve geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,
* İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 8 inci, geçici 1 inci ve geçici 2 nci maddeleri,
* 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2014/235**

**Şikayet Edilen:** **Kuryetel Kuryecilik ve Hizmetler Ltd. Şti**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2014 ve 01.07.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.kuryetel.com.tr](http://www.kuryetel.com.tr) adresli internet sitesinin 19.02.2014 ve 01.07.2014 tarihli görünümünde; *“ACİL 7/24 İLAÇ SERVİSİ… Günün her saatinde arayın* ***eczaneden*** *ilaçlarınızı eve getirelim. Acil ilaç ve eczane ihtiyaçlarınız için 7 gün 24 saat telefon üzerinden sipariş verebilirsiniz. (…)* ***Reçeteli ilaçlar sizden reçetesi alınarak temin edilir****. Bu durumda %50 fiyat farkı alınır.”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde yer verilen beyanlar ile; eczacıların ve eczacı olmayan kişilerin, internet sitesi oluşturarak, ürünlerin tanıtımını ve satışını yapması türünde uygulamaların mevzuata aykırı olduğu ve bu tür uygulamaların satılan ürünlerin teminine, saklama koşullarına, faturalandırılmasına, teslimine ve ürün danışmanlığına ilişkin belirsizliklere ve istikrarsızlıklara neden olduğu iddialarına karşılık söz konusu firma tarafından internet üzerinden ilaç kuryeliği yapılarak ilgili mevzuat hükümlerinin ihlal edildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 1 inci maddesi,

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun'un 24 üncü maddesi,

- Eczaneler ve Eczane Hizmetleri Hakkında Yönetmeliğin 22 inci 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

- 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 **Kuryetel Kuryecilik ve Hizmetler Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine N.ÖZTÜRK, M.ÇAMDERELİ ve N.DAVUTOĞLU’nun karşı oyları ve karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2014/1046**

**Şikâyet Edilen: Vera Güzellik Salonu**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.tr-tr.facebook.com](http://www.tr-tr.facebook.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.tr-tr.facebook.com](http://www.tr-tr.facebook.com) adresli internet sitesinde yayımlanan reklamlarda; *“Vera Güzellik Merkezi...Lazer epilasyon...Son teknoloji kalıcı lazer epilasyonda şok kampanya!! Tüm vücut 4 seanslık epilasyon paketi sadece 650TL!..."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde söz konusu kuruluş tarafından “Lazer epilasyon" tıbbi işleminin tanıtımının yapıldığı;

Ancak; 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 "Lazer epilasyon" tıbbi işleminin söz konusu kuruluş bünyesinde uygulanmasının yasak olduğu, dolayısıyla tanıtımların mevzuata aykırı olduğu;

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 kuruluşça tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “Lazer Epilasyon” gibi tıbbi işlemlerin ve tanıtımının yapılmasının;

Bununla beraber İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16.1 inci maddesinde yer alan "Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam, tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça “güzellik salonu” ifadesi kullanılır. " hükmüne karşılık "Vera Güzellik Merkezi" ifadesinin kullanılmasının;

-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 ile 16.1 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,

- 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 **Vera Güzellik Salonu** isimli kuruluşhakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**GIDA**

**24)**

**Dosya No: 2014/1346**

**Şikayet Edilen: Safa DOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*aktarzane*” isimli kullanıcı adı ile [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde yer verilen “*Themra Epimedyumlu Bitkisel Karışımlı Macun*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinin 30.12.2013 tarihli görünümünde yer alan *“Themra Epimedyumlu Bitkisel Karışımlı Macun”* isimli ürüne ilişkin olarak; ***“Erkeklerde afrodizyak macun etkisi; çok kuvvetlik erkeklik ereksiyon kuvveti veren, sperm sayısını artıran, geciktirici etkisi olan, cinsel kuvveti artıran, ereksiyon süresini uzaltan, cinsel birleşme sayısını artıran, doğurganlık etkisi veren ve bunları sağlarken hiçbir yan etki vermeyen tamamıyla bitkisel bir afrodizyaktır. (…) Daha fazla ve rahatlık sağlar. Cinsel istek dürtüsünü maksimuma çıkartır. Korku ve endişeyi azaltır. Vajinal salgıyı artırır, seksüel zevkin şiddetini artırır.”*** 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;

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 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,

- 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, reklam veren **Safa DOĞAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2014/78**

**Şikayet Edilen: Hasan ALGÜN**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*ayvalık-baharat*” isimli kullanıcı adı ile [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde yer verilen “*Epimedium Bitki Tozu*” isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinin 30.12.2013 tarihli görünümünde yer alan *“Epimedium Bitki Tozu”* isimli ürüne ilişkin olarak; ***“Epimedium Cinsel Güç ve Cinsel İstek Artırmaya destektir. Geciktirici etkisi ile erken boşalma problemlerine yardımcı olabilir. Epimedyum vücuda zindelik ve kuvvet verebilir. Sperm yetersizliği tedavisinde yardımcı, sperm kalitesini artırmaya destekleyicidir. Epimedium günlük hayatta enerji sıkıntısı çeken, halsizlik, yorgunluk gibi şikayetleri olan insanlara tavsiye edilir. Epimedium ayrıca hafızayı güçlendirir.”*** 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;

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 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,

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

**26)**

**Dosya No: 2014/834**

**Şikâyet Edilen: Bahtiyar ÇAĞLAR**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.bahtiyarcaglar.com](http://www.bahtiyarcaglar.com) adresli internet sitesinde ***“Arpa Filizi”*** adlı ürüne ilişkin olarak yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bahtiyarcaglar.com](http://www.bahtiyarcaglar.com) adresli internet sitesinin 09.06.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Arpa Filizi –*** *Enerjiyi, direnci ve gençlik enerjisini arttırır. Berrak ve uyanık zihin sağlar. Hafif depresyon durumunun düzelmesine yardım eder. Abur cubur tüketimini ve yiyecek tüketimini azaltır. Nefes ve vücut kokusunun düzelmesine destek olur. Enfeksiyon ve yaralanmalarda daha hızlı iyileşmeye yardım eder… Hipoglisemi, diyabet, dişeti sıkıntılarında düzelmeyi destekler. Menapoz ve adet dönemi sıkıntılarını azaltır. Kemoterapinin toksik etkisini azaltır. Kardiyovasküler sistemin sağlıklı işlemesine destek olur…”* şeklinde ifadelere 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,

* 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 **Bahtiyar ÇAĞLAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2014/829**

**Şikâyet Edilen: Turgay NAMDAR**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.globalbrainteam.com](http://www.globalbrainteam.com) adresli internet sitesinde ***“Brain Fuel Plus”*** adlı ürüne ilişkin olarak yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.globalbrainteam.com](http://www.globalbrainteam.com) adresli internet sitesinin 26.09.2014 tarihli görünümünde yer alan “*Brain Fuel Plus*” adlı ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Merhaba ben Ali Taylan Brain Fuel Plus ürününü Mayıs ayından bu yana kullanıyorum ilk faydasını aöf sınavında gördüm, çok ileri seviyede odaklanma sorunum olmasına ve hiç kitap sayfası açamadan sınava girmeme rağmen Haziran ayında girdiğim aöf 2. Sınıf sınavlarında 3 ders birden kurtardım, ben tatlıya çok düşkün olan biriyim ama Ramazan ayında dolabımda duran 1 kutu baklavayı yiyemeyip çöpe atmak zorunda kaldım çünkü beynimdeki tatlı isteğimi artık kontrol edebiliyorum ve Eylül ayının bu son günlerinde 3 kilo verdiğimi fark ettim sanırım bunu tatlı isteğimin geçmesine bağlı bir sonuç. Bu ürünü üretenlere ve ürünle tanışmama vesile olan Sponsorum Turgay Namdar abime sonsuz teşekkürler… Yakın zamana kadar odaklanma problemim vardı. Kitabın kapağını açtığım anda esnemeye başlıyor, okumak ve anlamaya çalışmak için yoğun çaba sarf ediyordum.Ürünü kullanmaya başlayalı fazla olmamasına rağmen artık kitap okumak daha zevkli. Hayat hakkında daha olumlu düşünüyor, gördüğüm şeyleri daha kolay hatırlıyorum. Bu ürün gerçekten çok iyi. Teşekkürler Brain Abundance. yıllardır, kilo ve sağlık problemleriyle uğraşıyordum.çaresini de, beslenme mi değiştirmekte ve düzenleme de olduğunu sanıyordum.çünkü bize bu kadarı öğretilmişti.ama adamlar bunu çoktan aşmışlar.beyin beslenmesine geçmişler. beyin sağlam olunca zaten depresyonundan tut, kiloya, cinsel performansa kadar herşey düzgün oluyor.annem için getirttiğim bu ürünü kendim kullandım ve ilk günden itibaren harika sonuçlar aldım.hemen 6 kutu daha spariş verdim (daha hesaplı olsun diye) üretiminde emeği geçen tüm insanlara teşekkürler.iyi ki üretilmişsin iyi ki varsın brain fuel plus...”* şeklinde ifadelere 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,

* 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 **Turgay NAMDAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2013/1596**

**Şikâyet Edilen: İksir Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.powerplusvucutgelistirici.com](http://www.powerplusvucutgelistirici.com) adresli internet sitesinde ***“Power Plus”*** adlı ürüne ilişkin olarak yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.powerplusvucutgelistirici.com](http://www.powerplusvucutgelistirici.com) adresli internet sitesinin 10.04.2013 tarihli görünümünde yer alan *“*Power Plus” adlı ürüne ait tanıtımlarda; “ *Power plus Coenzyme Carnitin hızlı yağ yakımı sağlayarak vücutta biriken yağları dışarı atılmasını sağlayan ve içeriğinde Coenzyme, L-Carnitin bulunan bu özel ürün güçlü kaslarınızın sırrı olacak. Vücuda giren besinleri enerjiye çevirir. Daha fazla yağ yakılmasını sağlar. Kilo kaybına destek olur. İştahı keser. Enerji verir. Termojenk etkili. Isı arttırıcı olarak da bilinen termojenikler yağ yakımında büyük rol oynar… Vücudun yağ yakması için sizi uyaran ve bu sayede vücudunuza enerji veren termojenikler hızla zayıflamanıza ve yağlarınızın kasa dönüşmesini sağlar. İçerisinde Coenzyme gibi enerji artırıcı bulunduran Powerplus, gün içerisinde harcadığınız enerjini ve buna bağlı olarak yaktığınız kasların yağa dönüşmesini, böylelikle güçlü ve fit bir görüntü elde etmenizi sağlamaktadır… Doğal kas yapıcı. %100 Bitkisel be etkili bu formül kısa zamanda yağlarınızı kasa çevirmeye yardım ediyor. Türkiye’de olduğu gibi dünyada da birçok ünlü isim güçlü kaslarını L-Carnitine yardımı ile ortaya çıkarıyor. Yağ yakımını daha hızlı hale getiren, damarlardaki ve karaciğerdeki yağ birikimini kontrol altına alan metabolizmanın daha hızlı çalışmasını sağlayan Powerplus Coenzyme Carnitine ile almış olduğunuz kalorileri spor yapmış gibi atmanıza yardımcı olur. Hızlı ve sağlıklı şekilde kas yakar. Vücudunuzdaki birikmiş yağları kısa sürede kasa çevirir. Birikmiş yağların dışarı atılmasına yardımcı olur. İştah keser. Enerji verir. Efor harcamadan kas yapmanızı sağlayacak. Power Plus, içerisinde bulunan güçlü bileşenler sayesinde kas yapımını en üst seviyeye çıkaran ürünlerden biridir. Power plus ile spor yapmanıza gerek yoktur.”* şeklinde ifadelere 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 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 **İksir Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2013/1622**

**Şikâyet Edilen: Uzun İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.powerplus.gen.tr](http://www.powerplus.gen.tr) adresli internet sitesinde ***“Power Plus”*** adlı ürüne ilişkin olarak yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.powerplus.gen.tr](http://www.powerplus.gen.tr) adresli internet sitesinin 10.04.2013 tarihli görünümünde yer alan *“*Power Plus” adlı ürüne ait tanıtımlarda; “*Power Plus vücut geliştirici. Her erkek güçlü kas ister. Vücut geliştirenlere özel gıda takviyesi. Kısa zamanda güçlü kaslar. Günlük beslenmenize dikkat ederek ve Power Plus kullanarak 2 haftada etkili ve güçlü kaslara sahip olmaya başlayabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere 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 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 **Uzun İç ve Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2014/531**

**Şikâyet Edilen: Günay ERTUNÇ**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.aktarimiz.com](http://www.aktarimiz.com) adresli internet sitesinde muhtelif ürünlere ilişkin olarak yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.aktarimiz.com](http://www.aktarimiz.com) adresli internet sitesinin 19.08.2014 tarihli görünümünde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlarda;“ *Slimleaf Aspir Çiçekli 12 Bitki Karışımı - Sindirim sistemini düzene koymaya,ağız kokusununa,kanı temizlemeye,mide-bağırsak gazlarına,tansiyona ve nefes darlığı için halk arasında kullanılmaktadır… Bağırsak tembelliğine, lipide, kandaki yağları eritmeye, susuzluk ve harareti gidermeye, mide-bağırsak gazlarına, şekeri düşürmeye ve sinirleri yatıştırmak için halk arasında kullanılmaktadır. Bünyesinde C vitamini barındırdığı bilinmektedir… Hazımsızlığa, yarım baş ağrılarına, kolesterol ve lipide, saçları beslemeye, mide-bağırsak gazlarına, idrarı artırmaya, vücuttaki fazla yağların yakımını kolaylaştırmaya, safrayı artırmaya ve terletici olarak halk arasında kullanılmaktadır… Böbrek ve idrar yolları iltihabı, kumu ve taşlarına, ishali kesmeye, sinirleri rahatlatmaya, cildi güzelleştirmeye, vücudun ödem tutmasını engellemek için halk arasında kullanılmaktadır. Bünyesinde A-D-E vitamini barındırdığı bilinmektedir… Ganoderma Lucidum (Reishi Mantarı) - Ganoderma lucidum (Reishi)’ un içerdiği farmasötik etkili en önemli bileşik gruplarından biri, triterpenlerdir. Triterpenler vücutta histamin deşarjına engel olurlar. Ganoderma lucidum (Reishi), kas distrofisinde de kullanılmaktadır. Ganoderma lucidum (Reishi), yüksek tansiyon hastalarının tansiyonunu dengelenmesinde yardımcı. Ganoderma lucidum (Reishi) deki triterpenlerin sitotoksik etkileri vardır. Plazma ve karaciğerde kolesterol sentezini yavaşlatarak ve / veya kolesterol metabolizmasını hızlandırarak toplam kolesterol düzeyinde düşüşe yardımcı. Alerjiye bağlı nefes darlığına yardımcı, beyini kuvvetlendirilmesine yardımcı. Uykusuzluğun giderilmesinde ve beyin yorgunluğunun giderilmesine yardımcı. Hem akut hem de kronik hepatit sorununa yardımcı. Antiemflamatuar ve antifibrotik etkisiyle karaciğer sirozuna yardımcı. Karaciğer ve böbreklerin, oksidatif hasarlarını önlenmesinde yardımcı. Herpes zosterde, ağrı ve deri ile ilgili semptomları azaltmakta yardımcı. İn vitro testlerle kanser tümörlerine karşı Ganoderma lucidum bileşenlerinin yardımcı olduğu gösterilmektedir. antitümör, bağışıklık sistem düzenleyici olarak yardımcı. miyon, fibro kist, rahim kisti üzerinde yardımcı. Radyoterapiden önce veya sonra alınması hiç fark etmez; lökosit, eritsrosit ve trombosit seviyeleri en kısa sürede normale dönmesinde yardımcı. Ganoderma lucidum (Reishi), sinir dokusunu korunmasına yardımcı, sinir hücrelerinin gelişmesine yardımcı. Herpes simplex virüsüne direkt etki etmesine yardımcı, virüsün konak hücreye yapışmasını ve girmesini engellemeye yardımcı. (antiviral)… İsveç Şurubu - Isveç iksiri her evin ecza dolabinda bulunmasi gereken, bagisiklik sistemini güçlendirici, serbest radikalleri temizleyici, metabolizmayi düzenleyici, hücreleri diri tutan bir gida takviyesidir. Formülü Isveçli Dr. Samstin ölümünden sonra bulunan el yazmasindan alinmistir. 104 yasinda attan düserek kaza sonucu ölen Dr Samstin diger aile fertlerinin de çok uzun yillar saglikli bir sekilde yasadiklari tespit edilmistir. Dr. Samstin el yazmasi reçetesinde Isveç Iksirinin nerelerde kullanilabilecegi 46 maddede özetlenmistir. Bu maddelerden bazilari asagida belirtilmistir. 1.Eğer o sık sık koklanır, koku burundan çekilirse, ense kökü onunla nemlendirilir ve onunla ıslatılmış bir bez kafanın üstüne koyulursa, ağrılar ve baş dönmeleri yok olur, bellek ve beyin güçlenir. 2. Çiçek hastalığı ve her türlü egzamalar, burundaki veya bedenin herhangi bir yerindeki kabuklar, şurupla sık sık nemlendirildiklerin de yok olurlar. 3. Diş ağrılarında, biraz suyun içine bir yemek kaşığı dolusu şurup karıştırılır ve bu sıvı bir süre ağızda tutulur veya ağrıyan diş bir pamukla ıslatılır. Ağrı diner ve çürük iyileşir. 4. Dildeki kabarcıklarda veya daha başka rahatsızlıklarda, şurupla sık sık nemlendirildiğinde, kısa sürede iyileşme görülür. 5. Eğer gırtlak hasta veya yaralı ise bu yüzden yiyecek ve içecek rahat yutulamıyorsa sabah, öğlen ve akşamları şuruptan alınır ve yavaş yavaş yutulur. Gırtlağın ateşi azalacak ve yara iyileşecektir. 6. Mide kramplarında, bir yemek kaşığı dolusu alınmalıdır. 7. Kolitlerde, üç yemek kaşığı dolusu, arka arkaya ve yavaş yavaş alınmalıdır. Kısa sürede rahatlanacaktır. 8. Bedendeki gazları böler ve karaciğeri serinletir. Tüm mide rahatsızlıklarını ve bağırsak dizensizliklerini yok eder, dışkılama zorluklarını ortadan kaldırır. 9. Eğer kötü sindiriyor ve yenenleri içinde tutamıyorsa, o mide için çok iyi bir ilaçtır. 10. Aynı biçimde, safra kesesi ağrılarına da iyi gelir. Her gün sabah ve akşam bir yemek kaşığı dolusu içilip geceleri de kompres yapıldığında, tür ağrılar kısa sürede yok olur. 11. Ödemlerde, altı hafta boyunca sabah ve akşam olmak üzere, bir yemek kaşığı dolusu şurup, beyaz şaraba karıştırılarak içilir. 12. Kulak ağrısında ve kulak uğultusunda, bir pamuk parçası şurupla nemlendirilerek kulak yoluna sokulur. Çok iyi gelir ve hatta duymayan kulakların bile duymasını sağlayabilir. 13. Bir kadın dölyatağı ağrısı çekiyorsa, ona üç; gün boyunca, sabahlan birer yemek kaşığı dolusu şurup, kırmızı şarapla karıştırılarak verilir ve yarım saat sonra bir gezinti yaptırılır. Gezintiden sonra kahvaltı edebilir, ama süt içmemelidir. Şurup, hiçbir zaman sütle karıştırılmamalıdır! 14. Gebeliğin son 15 günü içinde, sabah ve akşamlan yarım tatlı kaşığı alınınca, doğumu kolaylaştırır. Son'dan kolayca kurtulabilmek için loğusaya her iki saatte bir kahve kaşığı dolusu verilir ve bu, son ağrısız bir biçimde ayrılana kadar sürdürülür. 15. Doğumdan sonra, sütlenen memeler İltihaplanırsa, uygulanan kompreslerle çabucak iyileşir. 16. Çocukların çiçekbozuğu olmalarını önler. Onlara, yaşlarına göre suyla karıştırılarak verilmelidir. Kabarcıklar kurumaya başladığında, sık sık şurupla nemlendirilmelidir. Böylece hiçbir iz kalmaz. 17. Çocuklarda ve yetişkinlerde kurtlara ve hatta şeritlere karşı başarıyla kullanılır, ama çocuklara yaşlarına göre verilmelidir. Şurupla nemlendirilmiş bir bez göbeğin üstüne bağlanır ve hep nemli kalmasına özen gösterilir. 18. Sarılıkta, eğer günde üç kere birer yemek kaşığı dolusu bu şuruptan alınırsa, şişmiş karaciğerin üstüne kompresler yapılırsa, çok kısa sürede tüm rahatsızlıklar sona erer. 19.Basurları işletir, böbrekleri iyileştirir, başka bir kür uygulamaya gerek kalmadan, beden de birikmiş olan tüm sıvıları dışarı atar. Depresyon ve melankoliyi iyileştirir, iştah açar ve sindirimi düzene sokar. 20. Başlangıçta sık sık nemlendirilip ve özellikle yatmadan önce içilip, içten de yumuşatıldığında, iç basurların işlemesini sağlar. 21. Eğer biri bayılmışsa, eğer gerekiyorsa zorla ağzı açılarak, bir yemek kaşığı şurup verilirse, o kişi hemen kendine gelir. 22. Bu ilaç, krampların ağrıların da dindirir ve sürekli alındığında, tümüyle iyileştirir. 23. Akciğer hastalıklarında, sabah aç karnına ondan alınır ve bu kür altı hafta sürdürülür. 24. Eğer bir kadın aylık temizliğini yitirir veya onu şiddetli olarak görürse, bu şurubu üç gün boyunca almalı ve bunu yirmi kere yinelemelidir. Fazla olan azalacak, az alan normalleşecektir…*” şeklinde ifadelere 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,

* 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 **Günay ERTUNÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2014/532**

**Şikâyet Edilen: Günay ERTUNÇ**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.dogalmarketimiz.com](http://www.dogalmarketimiz.com) adresli internet sitesinde muhtelif ürünlere ilişkin olarak yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogalmarketimiz.com](http://www.dogalmarketimiz.com) adresli internet sitesinin 09.07.2014 tarihli görünümünde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlarda; “*Akçaağaç Şurubu – Kanadadan ithal bakanlıktan onaylı… Sağlık açısından çok yararlı. İçerdiği çinko ve manganez bedene enerji verdiği gibi antioksidan görevi de yapıyor. Bağışıklık sistemini güçlendiriyor… Magazin dünyasında zayıflama ilacı olarak da kullanılmaktadır. İsveç İksiri – her evin ecza dolabında bulunması gereken bağışıklık sistemini güçlendirici, serbest radikalleri temizleyici, metabolizmayı düzenleyici, hücreleri diri tutan bir gıda takviyesidir. DMP Omega 3-6-9 Tablet DHA’nın bebekler için öneminden dolayı anne adaylarının hamilelik süresi boyunca Flaxsed Oil takviyesi kullanması önemlidir. Omega 9 (Olesik Asit) büyük ölçüde öğrenme bozuklukları olan çocukların öğrenme ve kavramaya ait yeteneklerini, tavır ve davranışlarını geliştirmiştir. DHA beyin, sinirlerin adrenalin gudde ve bezlerin, spermlerin normal fonksiyonları için önemli olup ayrıca doğru ve uygun görme ve işitme için önemli bir maddedir… EFA’lar kliniksel olarak menopozla ilgili semptomların tedavi edilmesinde kardiyovasküler hastalıklardan ve yüksek tansiyondan kaynaklanan hastalıkların engellenmesine de yardımcı olduğu görülmüştür…*” şeklinde ifadelere 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,

* 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 **Günay ERTUNÇ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25 inci maddesinin sekizinci fıkrası uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2014/712**

**Şikayet Edilen: Dem Natural Kozmetik Medikal San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.demnatural.com](http://www.demnatural.com) adresli internet sitesinde ***“Demnatural Organik Su Bazlı Propolis”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.demnatural.com](http://www.demnatural.com) adresli internet sitesinin 18.04.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Demnatural Organik Su Bazlı Propolis*** *– Diyabet, kanser, halsizlik, kanın temizlenmesi için doğal destek. Akciğer, mide, prostat, meme ve rahim kanseri, karaciğer tümörlerinde ve kolon kanserlerinde etkilidir. Penisilin’e göre daha etkili olup tüm iltihap ve bakteriyle rahatsızlıklarda etkilidir. Cinsel performansı arttırırken erken boşalma derdine son veriyor. İçeriğindeki bileşenler sayesinde dünyanın en güçü antioksidan özelliğine sahiptir. Doğal antibiyotik etkiye sahiptir. Anti ülser etkiye sahiptir. Anti tüberküler etkiye sahiptir. Anti hipertansif etkiye sahiptir. Bağışıklık sistemini güçlendirdiği için yaşam kalitesini arttırdığı gözlenmiştir. Kanser hastalıklarında ve kemoterapide etkilidir. Bağışıklık sistemini güçlendirdiği için kemoterapi alan hastalarda etkilidir. Akciğer tümörü ve nodüllerinde etkilidir. Anti tüberküler özelliği ile tüberkülozda etkilidir. Meme, rahim, mide, prostat kanserlerinde, karaciğer tümörlerinde, kolon kanserlerinde etkilidir. Antioksidan özelliği ve anti bakteriyel özelliği ile vücuda detoks etkisi sağlar. Vücudu virüs, bakteri ve parazitlerden temizler. Solunum enfeksiyonlarında, kronik bronşit, farenjit, nezle ve burun iltihabı hastalıklarında etkilidir. Kalp ve damar hastalıklarında etkilidir. Dolaşım sistemi rahatsızlıklarında damarların açılmasına yardımcı olur. Diyabet (şeker) kan şekerini düzenlemeye yardımcı olur. Günlük şeker ihtiyacını dengeler. Kötü yağ depolamasını ve fazla kiloları engeller. Anti ülser etkisi ile mide rahatsızlıklarında ve sindirim rahatsızlıklarında etkilidir. Diş eti iltihabı ve ağız içi gırtlak enfeksiyonlarını giderir. Yaraların iyileşmesini 4 kata kadar hızlandırır ve tüm epitel doku hastalıklarında, sedef, egzama, mantar, akne, sivilce gibi rahatsızlıklarda tedavi edici özelliği vardır. Hiper tansiyonda ve kolesterolde soğuk algınlığı ve gribal enfeksiyonlarda etkilidir. Astım bronşit'de tedavi edici özelliği vardır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.demnatural.com](http://www.demnatural.com) adresli internet sitesinde ***“Demnatural Organik Su Bazlı Propolis”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünün insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren 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, bu itibarla söz konusu 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 inci bendi , “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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 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 **Dem Natural Kozmetik Medikal San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2014/820**

**Şikayet Edilen: Optimalise Sağlık Hizmetleri İlaç Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fitoterapi.com.tr](http://www.fitoterapi.com.tr) adresli internet sitesinde muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fitoterapi.com.tr](http://www.fitoterapi.com.tr) adresli internet sitesinin 10.07.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Acerola*** *– Günlük doğal C vitamini ihtiyacını karşılama, Bağışıklık sistemini destekleme, Grip ve üst solunum enfeksiyonları önlemede, Güçlü antioksidan etki Sigara kullananlarda (Sigara vücuttaki C vitamininin idrarla atılmasına neden olduğundan kandaki C vitamini azalıyor) faydalıdır…* ***Cranberry*** – *Özellikle E. Coli’den ileri gelen üriner sistem enfeksiyonlarının önlenmesi ve tedavisinde ve Sistitin profilaksive tedavisinde kullanılır…* ***Ginkgo*** – *Yaşlılığa bağlı denge kaybı, serebral dolaşım bozuklukları (hafıza kaybı), unutkanlık, vertigo, işitme kaybı, Antidepresan kullanan yaşlılarda, Hafıza ve konsantrasyon sorunları olan orta yaş ve üzeri kişilerde faydalıdır…* ***Hamamelis*** - *Hassas ciltlerde (rozase, telanjiyektazi, kuperoz) kılcal damarları destekleyicidir. Şiş bacaklar, hemoroid ve damar çatlaklarının iyileşmesine yardımcıdır…* ***Soya Lecithine*** - *Konsantrasyon güçlüğü, Hafıza zayıflığı, Yüksek kolesterol, Kalp damar problemlerinin önlenmesi amacıyla kullanımı tavsiye edilir…* ***Wheat Germ Oil*** - *Atardamar ve kalp rahatsızlıklarına karşı korunmak, Kolestrolü düşürmek, Cildi yenilemek, Menopoza bağlı E vitamini eksikliğini önlemek amacıyla kullanımı tavsiye edilir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.fitoterapi.com.tr adresli internet sitesinin 10.07.2014 tarihli görünümünde muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünlerin tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte olsaydı, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan 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, 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;

- 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 **Optimalise Sağlık Hizmetleri İlaç Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2014/1034**

**Şikayet Edilen: Erkel Gıda San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kirmizireishi.com.tr](http://www.kirmizireishi.com.tr), [www.kirmizireishi.com](http://www.kirmizireishi.com) ve [www.reishi.com.tr](http://www.reishi.com.tr) adresli internet sitelerinde ***“Kırmızı Reishi Mantarı Ekstraktı”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.kirmizireishi.com.tr](http://www.kirmizireishi.com.tr), [www.kirmizireishi.com](http://www.kirmizireishi.com) ve [www.reishi.com.tr](http://www.reishi.com.tr) adresli internet sitelerinin 30.06.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Kirmizi Reishi Mantarı*** *– Kanseri, diabeti, kalp hastalıklarını hayatınızdan uzak tutmak istersiniz? Kırmızı Reishi hakkında tüm dünyada birçok araştırma yapılıyor. Bu araştırmalara göre; Kırmızı Resihi Ekstrakt, hastalıklara karşı vücudun direncini arttırır. Bağışıklık sistemini güçlendirici etkisi ile genetik, bulaşıcı ve yaşlanmaya bağlı gelişebilen birçok hastalığa karşı koruyucu özelliği vardır. Kan dolaşımını düzenlemeye yardımcı olur. Böylelikle kalp krizi ve spazmı, damarlarda tıkanma, felç gibi risklerin önlenmesinde etkilidir. Kanser riskine karşı koruyucu etkileri vardır. Kanser yönünden risk grubunda olan kişilerin (ailesinde kanser vakası olan, yoğun stres altında veya yoğun hava kirliliği ortamında çalışan, işi gereği radyasyon ve/veya kimyasallara maruz kalan) özellikle kullanması önerilir. Vücutta biriken toksinlerden arınmayı kolaylaştırır. Kandaki oksijen miktarının artmasına ve kan akışının düzenlenmesine yardımcı olur. Böylelikle cilde gelen oksijen ve besin miktarında yükselme ve cilt üzerinde iyileştirici etkiler gözlemlenebiliyor. Sürekli kullanımda stres seviyesinde azalma ve uyku düzeninde düzelme görülür. Hücre yenileyici özellikleri nedeniyle yaşlanmayı geciktirici (anti-aging) etki gösterir. Bilimsel araştırmalar, Kırmızı Reishi kullanımının: Günlük yaşamı sağlıklı sürdürmek, Vücudumuzun doğal savunma mekanizmasını güçlendirerek olumsuz etkilere karşı korumak, Yaşın ilerlemesi sonucu oluşan problemlerin önüne geçmek, Bağışıklık, sinir, dolaşım, solunum, boşaltım, kas ve kemik sistemlerini güçlendirmek, Yüksek tansiyon, kolesterol, diabet, bronşit, prostat gibi problemlerle baş etmek, Kanser, karaciğer bozuklukları, hepatit, HIV/AIDS gibi hastalıklardan korunmak ve bu hastalıklarla savaşmak, konularındaki faydalarını kanıtlıyor…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kirmizireishi.com.tr](http://www.kirmizireishi.com.tr), [www.kirmizireishi.com](http://www.kirmizireishi.com) ve [www.reishi.com.tr](http://www.reishi.com.tr) adresli internet sitelerinde ***“Kırmızı Reishi Mantarı Ekstraktı”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünün insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren 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, bu itibarla söz konusu 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 inci bendi , “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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;

- 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 **Erkel Gıda San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2014/1132**

**Şikayet Edilen: EFZ Elektronik Tic. ve Sanal Mağ. Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.anindakapida.com](http://www.anindakapida.com) adresli internet sitesinde ***“Dermo Propolis Damla”***, ***“Maurers Forte Tablet”*** ve ***“Goldslim Zayıflama Ayakkabısı”*** adlı ürünlere ve muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.anindakapida.com](http://www.anindakapida.com) adresli internet sitesinin 07.08.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Dermo Propolis Damla*** *– Propolis çok enteresan bir ürün. Hekimler tarafından "Yüzyılın buluşu" olarak adlandırılıyor. Bu, normal bir antibiyotikten 70-80 kat daha güçlü. Yüzde 100 kanı temizliyor, kalbi besliyor. Direkt aldığınızda çok daha etkili. Faranjit, anjin olduğunda bir gün içinde iyileştiriliyor…* ***Maurers Forte Tablet*** – *Maurers Termojenik Yağ Yakıcı. Maurers; göbek, bel ve basen bölgesi gibi hareketsiz bölgelerdeki yağlardan kurtulmanıza katkı sağlayarak, sağlıklı bir kilo kontrolüne yardımcı olur. Termojenik yağ yakımına yardımcı bitkisel kapsül Maurers hem bölgesel, hem genel zayıflama hem de sıkılaştırıcı olarak, yardımcı etkiye sahip bitkisel bir besin takviyesidir. Maurers iştahınızı azaltıp tokluk hissinizi desteklemeye yardımcı olmaktadır…* ***Goldslim Zayıflama Ayakkabısı*** **-** *Günlük işlerinizi yaparken, yürüyüşte, sporda, alışverişte, evde ve işte rahatlıkla kullanabileceğiniz bir Ayakkabı olan Goldslim; düzenli kullanımda size daha fazla kalori harcatarak, kilo vermenize ve sıkılaşmanıza yardımcı olur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.anindakapida.com](http://www.anindakapida.com) adresli internet sitesinde ***“Dermo Propolis Damla”***, ***“Maurers Forte Tablet”*** ve ***“Goldslim Zayıflama Ayakkabısı”*** adlı ürünlere ve muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu 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 inci bendi , “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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;

- 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 **EFZ Elektronik Tic. ve Sanal Mağ. Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2014/1133**

**Şikayet Edilen: Eczavizyon Natural Sağlık Ürün. İlaç Tur. Teks. San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.eczanece.com](http://www.eczanece.com) adresli internet sitesinde ***“Stopex Kapsül”***ve ***“Douglas Formula 7”*** isimli gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.eczanece.**](http://www.eczanece.)**com** adresli internet sitesinin 05.09.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Stopex Kapsül*** *– Saw palmetto****,****cüce palmiye olarak bilinen ağacın meyvelerinden elde edilir ve performans artırıcı etkisi vardır. Bunu yanında, prostat bezinin iyi huylu büyümesi tedavisinde etkin şekilde yardımcı olur. Panax ginseng, panax anlam olarak her şeyi iyileştiren demektir. Ginseng kökü 6 yıllık bir yetiştirme süresinden sonra hasat edilir ve tedavi amaçlı kullanılan, bitkinin bu bölümüdür. Ginseng, kan damarlarını genişleterek ereksiyon halinin devamlılığına, testosteron düzeyini yükselterek de cinsel performansın artmasına yardımcı olur. Passiflora incarnata, C, B1, B2, B5, kalsiyum, fosfor ve protein açısından zengin bir meyvedir; ayrıca passiflora, harmin, harmol, harman ve passiflora adi verilen alkolitleri; flavon, glisosit ve sterol adlı diğer maddeleri içerir. Rahatlama, sakinleşme ve cinsel istek artıcı olduğu bilinmektedir. Gingko biloba, yaprakları ile bir çok yönden vücut için yararlıdır. Enerji eksikliği zihinsel yorgunluk gibi etkileri de olan yaşlanma belirtilerini ortadan kaldırmaya yardımcı olur. Standardize gingko özütü, kan damarlarını genişletmeye neden olduğunu, kanı inceltip yapışkanlığı azaltarak dokuların kanlanmasını artırdığı, beyin ve diğer dokuların oksijenasyonunu çoğaltmaya yardımcı olur. Tribulus terrestris, çiçekli bir bitkidir. Dünya’nın bir çok yerinde doğal olarak yetişir. Meyveleri 10 mm çapında ve boynuz şeklinde sivri uçlara sahiptir. Kökleri, alkolit, resin, azot gibi yağlar; meyveleri %5 yağ, peroxidase, diastase, az miktarda glokosid resin, proteinler ve inorganik maddeler içerir. Protein yüzdesi yaklaşık %10-11 civarında olup, altısı temek olmak üzere on dört amino asit içerir. Sap ve gövdesi nişasta, fructose ve sucrose açısından zengindir. İçerdiği carboline saponinler (harmine, harmaline, harman, tetrahydroharmine),steroidal saponinler (çoğunlukla furostanol)bitkiden değişik yöntemlerle ayrıştırılabilmekte ve bitki ekstrelerinde oranları standart hale getirilebilmektedir. Kuvvet verici (tonik), cinsel fonksiyonların düzenlenmesi, özellikle kadınlarda yumurtlama, erkeklerde iktidarsızlık ve her iki cinste de cinsel istek artırıcı olarak kullanılmaktadır. Stopex, pre-ejekülasyon (erken boşalma) ve ereksiyon problemi olan erkeklerde cinsel isteğin uyarılmasına ve seksüel kapasitenin artırılmasına yardımcı olur…* ***Douglas Formula 7*** *–* *Kilo kontrolü fiziksel ve psikolojik sağlığımız için dikkat etmemiz gereken en temel unsurlardandır. Birçok hastalığın temelinde kilo düzensizlikleri temel rol oynamaktadır. Gelişen hayat tarzları beslenme alışkanlıklarının değişmesi ve fiziksel aktivitenin azalması neticesiyle kilo kontrolü gittikçe zorlaşmaktadır. Kilo kontrolü için temel olarak beslenme düzeni ve spor vazgeçilmez unsurlardır. Bu unsurların yanı sıra çeşitli takviyelerle kilo kontrolü desteklenebilmektedir. Formula 7 kilo kontrolü konusunda uzun zamandır kullanılan doğal 7 etken maddenin dengeli bir bileşimidir. Douglas Formula 7, metabolizmayı ve yağ yakımını hızlandıran, açlığın ve tatlı krizinin bastırılmasına, şeker seviyelerinin düzenlenmesine, daha iyi bir sindirime ve kilo kaybı sırasında yaşanan yorgunluk ve isteksizlik şikayetlerinin azaltılmasına yardımcı doğal ve güvenli bir destektir. Formula 7 içerisindeki Tere tohumu, Funda Yaprağı, Zencefil, Yeşil Çay, Chromium GTF, Coenzyme Q10 ve L-Carnitine ile benzersiz bir formüle sahiptir. 7 etken maddenin bir arada tüketimi sinerjik etki göstererek kolay ve hızlı kilo vermeye yardımcı olur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [**www.eczanece.**](http://www.eczanece.)**com adresli internet sitesinin 05.09.2014 tarihli görünümünde** ***“Stopex Kapsül”***ve ***“Douglas Formula 7”*** isimli gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünlerin tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte olsaydı, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan 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, 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 inci bendi , “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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;

- 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 **Eczavizyon Natural Sağlık Ürün. İlaç Tur. Teks. San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2014/1142**

**Şikayet Edilen: Konya Şeker Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Torku Taze Kaşar Peyniri”***adlı ürünün etiketi üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.06.2014 – 12.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün etiketi

**Tespitler**: İlgili üretim tarihinde, 500 gramlık Torku markalı kaşar peynirlerin ambalajından 250 gramlık ürünlerin çıktığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Torku”** markalı kaşar peynir, ürün ambalajı üzerinde 500 gram olarak tanıtıldığı halde ambalaj içerisinden 250 gramlık ürün çıktığı ve söz konusu ürünün bu şekilde piyasaya sürüldüğü, 250 gramlık ürünün 500 gram şeklinde tanıtım yapılarak satılmasının tüketicilerin satın alma tercihlerini etkileyecek esaslı unsurlarda yanıltıcı ve aldatıcı olduğu ve bu durumun açık bir biçimde tüketici güveninin kötüye kullanılması anlamına geldiği, dolayısıyla anılan tanıtımın bu haliyle,

- 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 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 **Konya Şeker Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2014/1315**

**Şikayet Edilen: Balderesi Gıda Pazarlama ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Flash TV”* logolu televizyon kanalında firmaya aitballara yönelik olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: 17.09.2014 tarihinde “*Flash TV”* logolu televizyon kanalında firmaya ait ballara yönelik olarak yayınlanan reklamlarda alt yazıda; *“Tüketici satın aldığı ürünü teslim aldığı tarihten itibaren 14 gün içinde hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin malı reddederek sözleşmeden cayma hakkına ve malı iade etme hakkına sahiptir. Satıcı Firma: Balderesi Tic. Ltd. Şti.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 17.09.2014 tarihinde **“***Flash TV”* logolu televizyon kanalında firmaya ait ballara yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; alt yazıda : *“Tüketici satın aldığı ürünü teslim aldığı tarihten itibaren 14 gün içinde hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin malı reddederek sözleşmeden cayma hakkına ve malı iade etme hakkına sahiptir. Satıcı Firma: Balderesi Tic. Ltd. Şti.”*ifadesine yer verildiği*,* diğer taraftan tüketicinin satın alma kararını etkileyecek önemli bir bilgi olan söz konusu hususun belirtildiği altyazının, Ticari Reklam Ve İlanlarda Altyazı Ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul Ve Esaslara Dair Tebliğ’in 6 ncı maddesinin 3/a bendine göre 14 satır olması gereken satır yüksekliğinin 10 satır olduğu, bu nedenle aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilen söz konusu tanıtımların;

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

-Ticari Reklam Ve İlanlarda Altyazı Ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul Ve Esaslara Dair Tebliğ’in 6 ncı maddesinin 3/a bendi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13 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 **Balderesi Gıda Pazarlama ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde 200.000-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2014/1316**

**Şikayet Edilen: Balderesi Gıda Pazarlama ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Flash TV”* logolu televizyon kanalında firmaya aitballara yönelik olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: 22.09.2014 tarihinde “*Flash TV”* logolu televizyon kanalında firmaya ait ballara yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; (03:33) Ekrem İncel: *“Biraz sonra yiyeceğim dayanamam, çünkü ben bal gördüğüm zaman”* Erkek Sunucu: *“ Ben her sabah iki kaşık almak zorundayım.”* Kadın sunucu : *“Özellikle benim yemem lazım hele de şu dönemde rahatsızım biliyorum ki boğazım(…)”* (04:00) Ekrem İncel: *“ Seda hanım tüketir misin ?”* Kadın sunucu: *“ Valla yerim.”* Ekrem İncel: “ *Tabii bulmuşsun bedava balı, bir de güzel balı”* Erkek sunucu: *“ Tamamdır bu antibiyotik görevi görür.”* Kadın sunucu: *“ İnşallah şifa olur gerçekten.”* (08:00) Ekrem İncel : *“Seda Hanım ne yaptın sen ya ?”* Kadın sunucu: *“ Ben hastayım valla şifa olsun.”* Erkek sunucu: *“Antibiyotik niyetine.”* şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tanıtımı yapılan ürünlerin üst solunum yolu enfeksiyonlarında etkin rol oynadığı ve tedavi amaçlı kullanılan antibiyotiğin ikamesi olduğu izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan (07:48) Kadın sunucu: *“ Yediğiniz zaman böyle dişe yapışıyorlar, yiyorsunuz yutamıyorsunuz”* Seyirci: *“Çünkü hiçbirisi doğal değil”* Ekrem İncel: *“Evet”* Kadın sunucu: *“Evet o zaman doğal olmuyor.”* Ekrem İncel: *“Şimdi biz gerçek bir balı sizlere gönderiyoruz, içiniz rahat olsun.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 22.09.2014 tarihinde “*Flash TV”* logolu televizyon kanalında firmaya ait ballara yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; (03:33) Ekrem İncel: *“Biraz sonra yiyeceğim dayanamam, çünkü ben bal gördüğüm zaman”* Erkek Sunucu: *“ Ben her sabah iki kaşık almak zorundayım.”* Kadın sunucu : *“Özellikle benim yemem lazım hele de şu dönemde rahatsızım biliyorum ki boğazım(…)”* (04:00) Ekrem İncel: *“ Seda hanım tüketir misin ?”* Kadın sunucu: *“ Valla yerim.”* Ekrem İncel: “ *Tabii bulmuşsun bedava balı, bir de güzel balı”* Erkek sunucu: *“ Tamamdır bu antibiyotik görevi görür.”* Kadın sunucu: *“ İnşallah şifa olur gerçekten.”* (08:00) Ekrem İncel : *“Seda Hanım ne yaptın sen ya ?”* Kadın sunucu: *“ Ben hastayım valla şifa olsun.”* Erkek sunucu: *“Antibiyotik niyetine.”* şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tanıtımı yapılan ürünlerin üst solunum yolu enfeksiyonlarında etkin rol oynadığı ve tedavi amaçlı kullanılan antibiyotiğin ikamesi olduğu izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan (07:48) Kadın sunucu: *“ Yediğiniz zaman böyle dişe yapışıyorlar, yiyorsunuz yutamıyorsunuz”* Seyirci: *“Çünkü hiçbirisi doğal değil”* Ekrem İncel: *“Evet”* Kadın sunucu: *“Evet o zaman doğal olmuyor.”* Ekrem İncel: *“Şimdi biz gerçek bir balı sizlere gönderiyoruz, içiniz rahat olsun.”* ifadelerine yer verilmekle birlikte, bal isimli ürünün, Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği’nde: *“Bitki nektarlarının, bitkilerin canlı kısımlarının salgılarının veya bitkilerin canlı kısımları üzerinde yaşayan bitki emici böceklerin salgılarının bal arısı Apismellifera tarafından toplandıktan sonra kendine özgü maddelerle birleştirerek değişikliğe uğrattığı, su içeriğini düşürdüğü ve petekte depolayarak olgunlaştırdığı doğal ürünü”* şeklinde tanımlandığı, bu itibarla, mevzuata uygun olarak üretilen tüm balların, doğal, saf ve katkısız olmasına karşın, sadece firma tarafından satışı gerçekleştirilen balların doğal olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu, bu hususun da Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı maddesine aykırılık teşkil ettiği, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilen söz konusu tanıtımların bu hali ile ;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 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 ile 42/1 ve 42/2 maddeleri,

-Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği’nin 4. maddesi’nin 1/a bendi,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13 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 **Balderesi Gıda Pazarlama ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde 200.000-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2014/332**

**Şikayet Edilen: Loti İnternet Hizmetleri Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.nicoteacayi.com](http://www.nicoteacayi.com) ve [www.nicoteasiparis.com](http://www.nicoteasiparis.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Nico Tea”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.nicoteacayi.com](http://www.nicoteacayi.com) ve [www.nicoteasiparis.com](http://www.nicoteasiparis.com) adresli internet sitelerinin 14.03.2014 tarihli görünümünde yer alan “Nico Tea ” isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Vücudunuzun tamamen yenilendiğine kendiniz tanık olacaksınız. Akciğerlerinizde meydana gelen yıpranmayı tresine çeviren etki. Kanser riskine karşı, iyileşme etkisi ile bütün hastalıklara karşı direnç sağlar. Öksürük ve kronik astıma karşı etkili en etkili çay karışımı. Akciğerlerinizi %84 oranında temizleyen karışım. Tere karışımı ile ciğerlerinizi onarın.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.nicoteacayi.com](http://www.nicoteacayi.com) ve [www.nicoteasiparis.com](http://www.nicoteasiparis.com) adresli internet sitelerinin 14.03.2014 tarihli görüntüsünde yer alan **“Nico Tea ”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“ Vücudunuzun tamamen yenilendiğine kendiniz tanık olacaksınız. Akciğerlerinizde meydana gelen yıpranmayı tresine çeviren etki. Kanser riskine karşı, iyileşme etkisi ile bütün hastalıklara karşı direnç sağlar. Öksürük ve kronik astıma karşı etkili en etkili çay karışımı. Akciğerlerinizi %84 oranında temizleyen karışım. Tere karışımı ile ciğerlerinizi onarın.”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle akciğer ve solunum yolu rahatsızlıkları ile kanser gibi hastalıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu buna karşın söz konusu iddiaların da 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 söz konusu tanıtımların bu hali ile;

- 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, “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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 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 **Loti İnternet Hizmetleri Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2014/506**

**Şikayet Edilen: Zdk İlaç Medikal Kozmetik Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.firsatkasasi.com](http://www.firsatkasasi.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“İmmuzinc 40 Kapsül ”, “ İmmuzinc 100 ml Şurup”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.firsatkasasi.com](http://www.firsatkasasi.com) adresli internet sitesinin 04.06.2014 tarihli görünümünde yer alan “İmmuzinc 40 Kapsül ” ve “İmmuzinc 100 ml Şurup” isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Bağışıklık sistemi güçlendiriciler”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.firsatkasasi.com](http://www.firsatkasasi.com) adresli internet sitesinin 04.06.2014 tarihli görüntüsünde yer alan “İmmuzinc 40 Kapsül ” ve “ İmmuzinc 100 ml Şurup” isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Bağışıklık sistemi güçlendiriciler”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair söz konusu ifadeye yer verildiği, diğer taraftan söz konusu iddianın da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiayı 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, 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, “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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;

- 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 **Zdk İlaç Medikal Kozmetik Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2014/500**

**Şikayet Edilen: Zdk İlaç Medikal Kozmetik Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facedermo.com](http://www.facedermo.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“İmmuzinc 40 Kapsül”, “İmmuzinc 100 ml Şurup”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.facedermo.com](http://www.facedermo.com) adresli internet sitesinin 05.06.2014 tarihli görünümünde yer alan “İmmuzinc 40 Kapsül” ve “İmmuzinc 100 ml Şurup” isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Bağışıklık sistemi güçlendiriciler”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facedermo.com](http://www.facedermo.com) adresli internet sitesinin 04.06.2014 tarihli görünümünde yer alan “İmmuzinc 40 Kapsül ” ve “ İmmuzinc 100 ml Şurup” isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda ; *“ Bağışıklık sistemi güçlendiriciler”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair söz konusu ifadeye yer verildiği, diğer taraftan söz konusu iddianın da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiayı 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, 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, “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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;

- 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 **Zdk İlaç Medikal Kozmetik Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2014/512**

**Şikayet Edilen: Gökhan Türkmen**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dermostil.com](http://www.dermostil.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Zinco Omega 3” , “Zinco 5 ml 20 Kaşık Omega 3”*** ve ***“Zinco Vitaminli Balık Yağı Şurubu”*** isimli gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.dermostil.com](http://www.webzanem.com) adresli internet sitesinin 28.05.2014 tarihli görünümünde yer alan “Zinco Omega 3” 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. Omega-3 yağ asidi vücutta göz ve beynin fonksiyonel gelişiminde önemli rol oynayan uzun zincirli doymamış yağ asitlerini (EPA+DHA) doğal haliyle içerir.”* “Zinco 5 ml 20 Kaşık Omega 3 ” 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. Omega-3 yağ asidi vücutta göz ve beynin fonksiyonel gelişiminde önemli rol oynayan uzun zincirli doymamış yağ asitlerini (EPA+DHA) doğal haliyle içerir.”* “Zinco Vitaminli Balık Yağı Şurubu **”** isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ; *“ZİNCOMEGA Şurup, çocuklarda zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine eve enerji metabolizmasına yardımcıdır. Besleyicidir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dermostil.com](http://www.webzanem.com) adresli internet sitesinin 28.05.2014 tarihli görünümünde yer alan “Zinco Omega 3” 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. Omega-3 yağ asidi vücutta göz ve beynin fonksiyonel gelişiminde önemli rol oynayan uzun zincirli doymamış yağ asitlerini (EPA+DHA) doğal haliyle içerir.”* “Zinco 5 ml 20 Kaşık Omega 3 ” 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. Omega-3 yağ asidi vücutta göz ve beynin fonksiyonel gelişiminde önemli rol oynayan uzun zincirli doymamış yağ asitlerini (EPA+DHA) doğal haliyle içerir.”* “Zinco Vitaminli Balık Yağı Şurubu ”isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda ; *“ZİNCOMEGA Şurup, çocuklarda zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine eve enerji metabolizmasına yardımcıdır. Besleyicidir.”* şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle sinir sistemi ve gözle ilgili hastalıkların söz konusu ürünlerin kullanılması yolu ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ancak bu iddiaların da 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 bu hali ile;

- 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, “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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;

- 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 **Gökhan Türkmen** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2014/189**

**Şikayet Edilen: Şerifoğlu Grup Kozmetik Tekstil Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.trufmantarlihap.com](http://www.trufmantarlihap.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Trüf Mantarı”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.trufmantarlihap.com](http://www.trufmantarlihap.com) adresli internet sitesinin 27.01.2014 tarihli görünümünde yer alan “Trüf Mantarı” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Yağları Ameliyatsız Yok Etme Yöntemi, Fazlalıklarınızdan Kralların yiyeceği ile kurtulmak ister misiniz? Vücudun dinç kalmasına, fazla kiloların vücuttan atılmasına yardımcı bitkisel gıda takviyesi. Trüf mantarının bilinen en önemli faydası ise fiziksel gücü arttıran yağları yakan antioksidan olmasıdır. Vücutta birikmiş yağların yakılmasına yardımcı olur. Kolesterol tedavisinde kullanılır. Omuriliğin kuvvetlendirilmesinin bitkisel tedavisinde kullanılır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.trufmantarlihap.com adresli internet sitesinin 27.01.2014 tarihli görünümünde yer alan “Trüf Mantarı” adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; “*Yağları Ameliyatsız Yok Etme Yöntemi, Fazlalıklarınızdan Kralların yiyeceği ile kurtulmak ister misiniz? Vücudun dinç kalmasına, fazla kiloların vücuttan atılmasına yardımcı bitkisel gıda takviyesi. Trüf mantarının bilinen en önemli faydası ise fiziksel gücü arttıran yağları yakan antioksidan olmasıdır. Vücutta birikmiş yağların yakılmasına yardımcı olur. Kolesterol tedavisinde kullanılır. Omuriliğin kuvvetlendirilmesinin bitkisel tedavisinde kullanılır.”* şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tanıtımı yapılan ürünün kilo vermede, kolesterolün kontrol altında tutulmasında ve omuriliğin gelişimi konusunda etkili olduğu izlenimi oluşturulduğu, diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda yer alan 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 tanıtımların bu hali ile;

- 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, “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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 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 **Şerifoğlu Grup Kozmetik Tekstil Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2014/223**

**Şikayet Edilen: İncir Elektronik Ticaret Ve Sanal Mağazacılık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.](http://www.cazipeczane.com)magazaburada.net adresli internet sitesinde yer alan ***“Hipp Biberon Mamaları Pre Organik”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.](http://www.cazipeczane.com)magazaburada.net adresli internet sitesinin 05.06.2013 tarihli görünümünde yer alan “Hipp Biberon Mamaları Pre Organik ” 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.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.](http://www.cazipeczane.com)magazaburada.net adresli internet sitesinin 05.06.2013 tarihli görünümünde yer alan “Hipp Biberon Mamaları Pre Organik ” 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, ancak reklamlarda yer alan söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı olarak değerlendirilen söz konusu reklamların bu hali ile;

- 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, “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci 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 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 **İncir Elektronik Ticaret Ve Sanal Mağazacılık Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2014/1030**

**Şikayet Edilen: Mamsel İlaç San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.](http://www.cazipeczane.com)humanaturkiye.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Humana”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.humanaturkiye.com](http://www.humanaturkiye.com) adresli internet sitesinin 08.08.2014 tarihli görünümünde yer alan “Humana 1 Adapte Başlangıç Sütü” isimli Bebek Formülüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda; *“Doğumdan itibaren kullanılması tavsiye edilir. Bebeklerde bağışıklık sistemini güçlendirerek doğal koruma sağlayan ve anne sütünde bulunan galakto-oligosakkaritler (prebiyotikler) ile desteklenmiştir. Nörolojik, görme ve kemik gelişiminde önemli görevleri olan taurin ile zenginleştirilmiştir.” ,* “Humana 2 Adapte Devam Maması” isimli Devam Formülüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda ; *“Humana 2 anne sütüne adapte edilmiş yüksek biyolojik değerliliğe sahip kaliteli protein içerir. Anne sütünün tek prebiyotik lifi olan galakto-oligosakkaritler ile takviye edilmiştir. Bu sayede bebeklerin bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olur ve onu hastalıklardan korur. Kas ve iskelet sistemi gelişimini destekleyen kalsiyum ve magnezyum ile zenginleştirilmiştir.”* “Humana 3 Devam Sütü” isimli Devam Formülüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda ise *; “Humana 3 devam sütü anne sütünde bulunan tek prebiyotik lif olan galakto-oligosakkaritler ile takviye edilmiştir. Bu sayede bebeklerin bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olur ve onu hastalıklardan korur. İçeriğinde bulunan yağlar tamamen bitkisel yağlar olup, beyin gelişiminde önemli görevleri bulunan omega 3 ve omega 6 esansiyel yağ asitleri ile zenginleştirilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.humanaturkiye.com](http://www.humanaturkiye.com) adresli internet sitesinin 08.08.2014 tarihli görünümünde yer alan “Humana 1 Adapte Başlangıç Sütü” isimli Bebek Formülüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda; *“Doğumdan itibaren kullanılması tavsiye edilir. Bebeklerde bağışıklık sistemini güçlendirerek doğal koruma sağlayan ve anne sütünde bulunan galakto-oligosakkaritler (prebiyotikler) ile desteklenmiştir. Nörolojik, görme ve kemik gelişiminde önemli görevleri olan taurin ile zenginleştirilmiştir.”* ifadelerine yer verilmesine karşın, 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.”* ifadesine şikâyete konu reklamlarda yer verilmediği, “Humana 2 Adapte Devam Maması” isimli Devam Formülüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda ; *“Humana 2 anne sütüne adapte edilmiş yüksek biyolojik değerliliğe sahip kaliteli protein içerir. Anne sütünün tek prebiyotik lifi olan galakto-oligosakkaritler ile takviye edilmiştir. Bu sayede bebeklerin bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olur ve onu hastalıklardan korur. Kas ve iskelet sistemi gelişimini destekleyen kalsiyum ve magnezyum ile zenginleştirilmiştir.”* “Humana 3 Devam Sütü” isimli Devam Formülüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda ise *; “Humana 3 devam sütü anne sütünde bulunan tek prebiyotik lif olan galakto-oligosakkaritler ile takviye edilmiştir. Bu sayede bebeklerin bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olur ve onu hastalıklardan korur. İçeriğinde bulunan yağlar tamamen bitkisel yağlar olup, beyin gelişiminde önemli görevleri bulunan omega 3 ve omega 6 esansiyel yağ asitleri ile zenginleştirilmiştir.”* 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 (f) ve 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 “adapte” ve “anne sütüne adapte” ifadelerine yer verildiği, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilen tanıtımların bu hali ile;

- 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, “Sağlık Beyanları” başlıklı 42 nci maddesinin 1 ve 2 nci bentleri;

-Türk Gıda Kodeksi Bebek Formülleri Tebliği’nin Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme başlıklı 9 ncu 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-1, 13, 17 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 **Mamsel İlaç San. Ve Tic. A.Ş**.hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2014/193**

**Şikayet Edilen: Anıl Kuyumcu**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.diyetcity.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Hipp 2 Organik Devam Formülü”*** ve ***“Hipp 3 Organik Devam Sütü”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.](http://www.cazipeczane.com)diyetcity.com adresli internet sitesinin 05.06.2013 tarihli görünümünde yer alan “Hipp 2 Organik Devam Formülü” ve “Hipp 3 Organik Devam Sütü” isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Türkiye’deki tek organik devam formülüdür. Organik süt içeriği sayesinde lezzeti diğer mamalara göre daha iyidir”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.](http://www.cazipeczane.com)diyetcity.com adresli internet sitesinin 05.06.2013 tarihli görünümünde yer alan “Hipp 2 Organik Devam Formülü” ve “ Hipp 3 Organik Devam Sütü” isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“ Türkiye’deki tek organik devam formülüdür. Organik süt içeriği sayesinde lezzeti diğer mamalara göre daha iyidir”* şeklinde ifadelere yer verilerek tüm benzer devam formülleri aynı niteliklere sahip olduğu halde, tanıtımı yapılan devam formüllerinin özel niteliklere sahip olduğu izlenimi yaratıldığı***,*** ancak söz konusu iddiaların ispatlanamadığı ve herhangi bir tüketici tercih anketi veya pazar çalışmasına dayandırılmadığı, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilen söz konusu tanıtımların bu hali ile;

- 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 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 **Anıl Kuyumcu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 ncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2014/657**

**Şikayet Edilen: Sepetim Sanal Pazarlama ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.alkalidiyetii.com](http://www.alkalidiyetii.com) ve [www.alkadayszayiflama.com](http://www.alkadayszayiflama.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Alka Days”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkalidiyetii.com](http://www.alkalidiyetii.com) ve [w ww.alkadayszayiflama.com](http://www.alkadayszayiflama.com) adresli internet sitelerinin 21.05.2014 tarihli görünümlerinde*;* ***“Farketmeden zayıflama. Gelin sizi farkında olmadan zayıflatalım. Ev yemekleri ile de kilo verebileceğimi fark ettim.-Ayşe Cansever. Alkadays kullanıcılarının başarı hikayelerini okumak için tıklayın. Mucize alkali diyetiyle kilo verdim.-İkbal Gürpınar. Prof Dr. Ahmet Maranki öneriyor. Deniz Seki 2 ayda istediği kiloyu verdi… Alkadays vücudun alkali seviyesini yükseltir ve bu doğrultuda yağ yakımını hızlandırır. Alkadays’in amacı; vücudun asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel, zihinsel ve emosyonel performansını arttırmaktır. Kişinin kilo kontrolünü sağlamak, mevcut hastalıklarının tedavisinde tıbbi destek olmak ve koruyucu tıp uygulamalarıyla uzun süreli sağlık halini korumaktır… Bir bardak suya ekleyeceğimiz 2-3 damla Alkadays içecek olduğunuz sıvının pH'ını 10’a kadar yükseltir. Gün boyu aldığımız besinlerle oluşan asidik ortamı ki, bu asidik ortam hem sağlığımızı olumsuz etkisinin yanı sıra vücudumuzun atamadığı toksinler birikerek yağlanmaya ve kilo almamıza sebep olacaktır. İşte bu nokta da Alkadays kilo verirken, yağlarımızdan kurtulurken bizim en çok ihtiyaç duyacağımız üründür… Bağışlılık sisteminizi güçlendirmenin en kolay yolunu keşfedin… Bilimsel olarak kanıtlanmış, uzmanlar tarafından tavsiye edilen tek formül… Sağlığınızı riske atmayın, daha sağlıklı bir yaşam için ilk adımı atın.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitelerinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünün 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, 5/d, 5/e, 5/i ve 5/k 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, 42/2 ve 42/5-a-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 12, 13, 17 ve 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, reklam veren **Sepetim Sanal Pazarlama ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2014/267**

**Şikayet Edilen: Sym İnternet Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.10daysresmisite.com](http://www.10daysresmisite.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“10days”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.10daysresmisite.com](http://www.10daysresmisite.com) adresli internet sitesinin 31.12.2013 tarihli görünümünde; ***“Zayıflamazsanız hemen iade… Yerken zayıflamak mı? Ender Saraç açıklıyor. Ne yersen ye fark etmiyor… Yemek yerken zayıflamaya yardımcı… Kilo vermenize yardımcı ürün Türkiye’de… Hızlıca kilo vermenize yardımcı… Yediğiniz yemekteki yağları tutmaya yardımcı… Yağları kendine çekme özelliği… Çok yoğun çalışan, diyet ve spora vakit ayıramayan biri olarak 10days’ı 20 gündür kullanıyorum. Kilo verdiğimi görmek beni çok sevindirdi. Yemeklerden önce içiyorum ve yan etkisini görmedim… Okan Karacan:… 148 kilodan 98 kiloya düşmüş bir insan var karşınızda… Bu sorunu yaşayan binlerce kişiden biriydim ve inanın arkadaşlar ne kadar yediklerime dikkat etsem ne kadar spor yapsam da bu kiloya düşmek öyle kolay bir şey değil. Bu yüzden başarı bu başarı benim değil 10days’ın de başarısı. Çünkü yağlı öğünlerden önce mutlaka bir adet içiyorum… Yağları hapseden kito kompleks formüllü 10days ile 98 kiloya kadar düştüm.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki 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, 5/d 5/e ve 5/i 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, 42/2 ve 42/5-b-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 12, 13, 17 ve 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, reklam veren **Sym İnternet Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2014/1070**

**Şikayet Edilen: Nursel KARAKILÇIK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.garciniacambogiasatis.com](http://www.garciniacambogiasatis.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Garcinia Cambogia”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.garciniacambogiasatis.com](http://www.garciniacambogiasatis.com) adresli internet sitesinin 20.08.2014 tarihli görünümünde; *“Garcinia Cambogia zayıflamaya yardımcı gıda takviyesi… Dr. Öz tavsiyesi!.. Daha önce Garcinia Cambogia adını duymamış olabilirsiniz, ancak emin olun 2014 yılının nisan-mayıs aylarından sonra belki de bu ürüne sahip olmak için sıraya girmeniz gerekebilir! Uzun süren araştırmalar sonucu çağımızın en büyük problemlerinden biri olan fazla kilolar (obezite) ile savaşmak için yeni bir bitki / bileşen satışa sunuldu. Dünyaca ünlü Dr. Mehmet Öz’ün programında tanıttığı Garcinia Cambogia Asya ve Hindistan’da yetişen, balkabağına benzeyen bir meyvedir. Yerel halkın uzun zamandır tükettiği, çorbalara, soslara koyduğu ve sindirime iyi geldiği varsayılan bu meyve artık 60lık kapsüller halinde Türkiyede de satışa sunuldu.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, 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, 5/d ve 5/i 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, 42/2 ve 42/5-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 12, 13, 17 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 **Nursel KARAKILÇIK** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2014/711**

**Şikayet Edilen: Set Medikal ve İlaç Gıda Tekstil Elektronik İth. İhr. Tic. ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.zayifkal.com adresli internet sitesinde yer ***“Garcinia Cambogia”***  isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2014, 20.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.zayifkal.com](http://www.zayifkal.com)adresli internet sitesinin 10.03.2014 tarihli görünümünde;*“Garden Life Beşi Bir Yerde Zayıflama Çayı: …Dengeli bir biçimde kullanıldığında vücuttaki yağları yakmaya ve kolesterolü dengelemeye yardımcı oluyor. Yağ sökücü, sindirimi kolaylaştırıcı ve tok tutucu bitki yapraklarından hazırlanan Beşi Bir Yerde karışımı son derece etkili. Vücutta biriken toksin ve ödemi atarak ayda en az 5 kilo vermeyi sağlıyor. Cacao Beans Kahve Çekirdeği: … Cacao’nun temel aktiflerinden olan teobramin sinir sistemimizi uyaran ksantin ailesinin bir bileşenidir. Diüretik etkisi vardır ve termojenezi (bazal metabolizmayı hızlandırıcı etki) artırır. Life Time Cla Max: CLA – Green Tea – chromium üçü bir arada gelişmiş zayıflatıcı… CLA insülin duyarlılığını artırarak yağ asitlerinin ve glukozun yağ dokusundan kas dokusuna geçişini artırır, yağ oranında azalma sağlar. CLA genç yaşlarda başarı ile gerçekleşen yağ yakım metabolizmasının ileri yaşlarda yeniden etkinlik kazanmasına yardımcıdır… Yeşil çay bir yandan metabolik yakım hızını artırırken öte yandan yağ molekülleri üzerinde yıkıcı oksidatif etki gösterir… Chromium insülin hormonu etkinliğini ve hücrelerde glukoz emilimini artırır, yağ dokusunda azalmaya yardımcı olurken bir yandan da kas gelişimine yardımcıdır.”*şeklinde ifadelere yer verilirken,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinin 20.06.2014 tarihli görünümünde;*“Skin Code Hücresel Vücut Sıkılaştırıcı Köpük: … Hücresel Vücut Sıkılaştırıcı Köpük, içeriğindeki “Dermosenta” (bitkisel plasenta) ile vücudunuzun sarkmış ve deforme olmuş bölgelerinde ölü hücre tabakasının atılmasını sağlayarak yeni hücre yenilenmesini arttırıp, cildin onarılıp yeniden yapılandırılmasını sağlar… Elancyl Cellu Slim Selüloit Kremi:… Yağ yakımını artırma ve aktive etme: Formülündeki eşsiz Cecropia ve Kafein birleşimi sayesinde en inatçı selüloitler de dahil her türlü yağın yakılmasına yardımcı olur. Elma ağacı ekstresi sayesinde yeni yağ hücrelerinin oluşumunu engellemeye yardımcı olurken ve Sichuan biberi esktresi sayesinde yeni yağ hücrelerinin sınırlandırılmasına yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca internet sitesinde bulunan ve Kozmetik Mevzuatına tabi olan kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olmasından ötürü, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aştığı ve yanıltıcı sağlık beyanları niteliğinde değerlendirildiği; öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik” veya “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları 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, 5/d ve 7 nci 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, 42/2 ve 42/5-b maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu 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,

- 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Set Medikal ve İlaç Gıda Tekstil Elektronik İth. İhr. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**52)**

**Dosya No: 2014/1062**

**Şikayet Edilen: Venüs Otel İşletmeciliği Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma sahipliğindeki **“Ramada Resort Lara”** isimli turizm işletmesine ait www.ramadaresortlara.com adresli internet sitesinde yer alan yıldız tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ramadaresortlara.com](http://www.ramadaresortlara.com) adresli internet sitesinin 19.08.2014 tarihli görünümündeki *“Acentelere Özel”* başlığı altında yer alan factsheet belgelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** tanıtımlarının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından işletilen **“Ramada Resort Lara”** isimli turizm işletmesine ait 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesinin 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesine çevrilmesi uygun bulunmuş olup belgelendirme işlemlerinin devam ettiği, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hâlihazırda 3 Yıldızlı Otel olarak belgelendirilmesine rağmen, ***www.ramadaresortlara.com*** adresli internet sitesinin 19.08.2014 tarihli görünümündeki *“Acentelere Özel”* başlığı altında yer alan factsheet belgelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı,

Diğer taraftan, yan parselde bulunan *Lara Family Club Hotel* bünyesindeki bazı yeme-içme ünitelerine de tesis tanıtımında yer verildiği, dolayısıyla turizm işletmesi kapsamında olmayan ünitelerin belge kapsamındaki ünitelerle tanıtım ve pazarlamasının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

-Turizm Teşvik Kanunun 5 inci 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,

- 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 **Venüs Otel İşletmeciliği Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2014/981**

**Şikayet Edilen:** **Darıca Otel Konaklama Tur. İnş. Tic. Ve San. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam**: ***“Bayramoğlu Paradise Island”*** adlı tesise ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.06.2014, 16.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Tabela, tanıtım broşürü, buklet malzemeleri

**Tespitler:** *“Bayramoğlu Paradise Island”*isimli turizmişletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel” olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, yapılan denetimlerde, tesis üzerindeki tabelalarda, tanıtım broşürlerinde, buklet malzemeleri üzerinde *“4 Yıldızlı Otel”*olarak reklamının yapıldığı tespit edilmişir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Bayramoğlu Paradise Island”* isimli turizmişletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel” olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, yapılan denetimlerde, tesis üzerindeki tabelalarda, tanıtım broşürlerinde, buklet malzemeleri üzerinde, *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılması nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

**-** Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16. maddesi;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e; 7/a ve 7/c; 13; 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, **Darıca Otel Konaklama Tur. İnş. Tic. Ve San. Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2014/1245**

**Şikayet Edilen: Etem TOPTANİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“Çetin Otel”*** isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca 3 yıldızlı olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)butikcetinotel.com adresli internet sitesinin 25.03.2014 tarihli görünümünde **“butik otel”** ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Çetin Otel”*** isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca 3 yıldızlı olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)butikcetinotel.com adresli internet sitesinin 25.03.2014 tarihli görünümünde **“butik otel”** ifadesinin kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5 inci maddesi;

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 37/A maddesi uyarınca hazırlanan ve 21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 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,

- 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 **Etem TOPTANİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2014/1196**

**Şikayet Edilen:** **Ege Otel Tur. Ve Otel. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.thomascook.de](http://www.thomascook.de) gibi muhtelif internet sitelerinde ***Bantur Naz Otel*** ve ***Bodrum Eos Hotel*** isimleriyle yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş herhangi bir Turizm İşletme Belgesine sahip olunmamasına rağmen; her iki isim altında da bahsi geçen internet sitelerinin 04.09.2014 tarihli görünümlerinde tüketicileri yanıltıcı şekilde 3 yıldızlı otel olarak tanıtımlarının yapıldığı, diğer yandan 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi talebinin de anılan Bakanlıkça yapılan denetim sonucunda hazırlanan 12.08.2014 tarihli ve 41-95-1903 sayılı rapor ile uygun görülmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu hususların;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 19 uncu maddeleri,

- 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,

- 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 **Ege Otel Tur. Ve Otel. Tic. A.Ş.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2014/1149**

**Şikayet Edilen:** **Saral Nak. Pet. Ürün İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Pasha Palas Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.pashapalas.com](http://www.pashapalas.com) ve [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) adresli internet siteleri ile ***My Pasha Palas'***a ait tanıtım broşürlerindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve broşür

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde ve tanıtım broşüründe söz konusu işletmelerin hepsinin 4 yıldızlı otel turizm işletme belgesine sahip olduğu izlenimi yaratan ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bahsi geçen internet sitelerinin 04.09.2014 tarihli görünümlerinde ve anılan broşürde; “Pasha Palas Otel” isimli turizm işletmesine verilen “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletme Belgesi” nin sadece “Yenişehir Mah. Demokrasi Bulvarı No:23 İzmit/KOCAELİ” adresinde kullanılabilir olmasına rağmen, söz konusu işletmenin bir üst sokağı olan Karanfilli sokakta "Pasha Palas Apart Otel" ve “Saral Vinç Ağır Nakliye Otel İnş. Ve Özel Eğitim San. Tic. Ltd. Şti” unvanlı farklı bir firmaya ait olduğu iddia edilen " My Pasha Palas Hotel" isimli otellerin de Kültür ve Turizm Bakanlığından belgesiz/izinsiz olarak “Pasha Palas Oteller Zinciri” adı altında tanıtımının yapılmasının tüketiciler nezdinde her üç tesisin de belgeli olarak algılanacağı yönünde tüketicileri yanıltıcı olduğu anlaşılmıştır. Bununla beraber reklam verenin, uygun olmayan reklamını daha sonra düzeltmesi ve telafi etmesi kendisinden beklenilen bir davranış olmakla birlikte, oluşan aykırılığı ortadan kaldırmayacağından söz konusu durumların;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 19 uncu maddeleri,

- 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,

- 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 **Saral Nak. Pet. Ürün İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Pasha Palas Hotel) 4**isimli firma hakkında, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2014/1283**

**Şikayet Edilen:** **Ayşe Şahin-Egas Otel**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 03.09.2014 tarihli görünümünde söz konusu işletmenin 3 yıldızlı otel turizm işletim belgesine sahip olmamasına rağmen bu şekilde reklam yaptığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili Bakanlık tarafından anılan işletmeye verilmiş herhangi bir Turizm İşletme Belgesi bulunmamasına rağmen; bahsi geçen internet sitesinin 03.09.2014 tarihli görünümünde tüketicileri yanıltıcı şekilde 3 yıldızlı otel olarak tanıtımının yapıldığı, fakat başvuru işlemlerinin başlatılmış olmasının "3 yıldızlı otel" olduğu yönünde yapılan tanıtımlara cevaz vermeyeceği, dolayısıyla söz konusu durumun;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 19 uncu maddeleri,

- 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,

- 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 **Ayşe Şahin-Egas Otel** isimli işletme hakkında, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2014/813**

**Şikayet Edilen: Etem DAĞDELEN (Hotel Mersin Şavk)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hotel Mersin Şavk”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Etem DAĞDELEN’e ait *“Hotel Mersin Şavk”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, tesisin tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu şahsa ait *“Hotel Mersin Şavk”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, tesisin tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Etem DAĞDELEN (Hotel Mersin Şavk)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2014/11**

**Şikayet Edilen: Mardin Turizm İşletmecilik ve Ticaret A.Ş. (Büyük Mardin Oteli)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Büyük Mardin Oteli”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar ile tesisin dış cephesinde yer alan tanıtım levhası

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2013, 03.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tanıtım levhası

**Tespitler:** Mardin Turizm İşletmecilik ve Ticaret A.Ş.’ye ait *“Büyük Mardin Oteli”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 yıldızlı Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinin 12.11.2013 ve 03.11.2014 tarihli görünümlerinde ve tesisin dış cephesinde bulunan tanıtım levhasında *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Büyük Mardin Oteli”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 yıldızlı Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinin 12.11.2013 ve 03.11.2014 tarihli görünümlerinde ve tesisin dış cephesinde bulunan tanıtım levhasında *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 ve 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, reklam veren **Mardin Turizm İşletmecilik ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2014/478**

**Şikayet Edilen: Nevzat Aksoy Turizm İnş. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (Madame Tadia Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Madame Tadia Otel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.madametadia.com](http://www.madametadia.com) adresli internet sitesinde ve broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2014, 05.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** Nevzat Aksoy Turizm İnş. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Madame Tadia Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir turizm işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.madametadia.com](http://www.madametadia.com) adresli internet sitesinde ve tesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Madame Tadia Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.madametadia.com](http://www.madametadia.com) adresli internet sitesinde ve tesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 ve 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, reklam veren **Nevzat Aksoy Turizm İnş. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2013/1448**

**Şikayet Edilen: Berna Otelcilik Ltd. Şti. (Grand Karaman Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Grand Karaman Otel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak “Gazete Anadolu” logosuyla yayın yapan gazetede yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2013

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Berna Otelcilik Ltd. Şti.’ye ait *“Grand Karaman Otel”* isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırım Belgesi’nin Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 06.08.2013 tarih ve 1555512 sayılı yazısı ile iptal edilmesine karşın, tesisin tanıtımına yönelik olarak Kasım 2013 tarihinde “Gazete Anadolu” isimli gazetede yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Grand Karaman Otel”* isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırım Belgesi’nin Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 06.08.2013 tarih ve 1555512 sayılı yazısı ile iptal edilmesine karşın, tesisin tanıtımına yönelik olarak Kasım 2013 tarihinde “Gazete Anadolu” isimli gazetede yayınlanan reklamlarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 ve 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, reklam veren **Berna Otelcilik Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2014/56**

**Şikayet Edilen: Th Atılım Yapı Emlak İnşaat Makina Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Ankara Kızılcahamam Anadolu Termal Tesisleri”***nin tanıtımına yönelik doğrudan satış reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat-Ağustos 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından Show Tv, Kanal 7, Tv8, Fox Tv ve Stv olmak üzere birçok televizyon kanalında 2014 yılının Şubat–Ağustos aylarında yayınlanan reklamlarda; *“Ankara Kızılcahamam’da 7 günlük hisse tapu… Kredi kartına vade farksız 9 taksit imkanı, 7 gün tatil hediye… Sizleri 14.900 TL’ye değil çok büyük bir indirimle 4.900 TL’ye tapu sahibi yapacağız. İşte tapularımız…14.900 TL değil sadece ve sadece 4.900 TL’ye sizleri Kızılcahamam’da yedi günlük ömür boyu hisse tapu sahibi yapacağımız gibi bunun yanında da Afyon Gazlıgöl’de yedi günlük hediye tatil kazanacaksınız. Ücretsiz check-up’lar, fizik tedaviler… Sercan Tüzün ve Duygu Meltem Yalçınkaya’yı görünce bilin ki her ailenin tapusu olacak… Ailelerimiz gerçekten evlerinden çıkmadan tapu sahibi olabilecekler… 0 212 408 11 44 numaralı telefonlardan bizlere ulaşacaklar ve güvenli hatları üzerinden tüm işlemlerini sağlayacaklar. İki gün içerisinde adreslerine kadar sözleşmeleri gidecek. Bunu okuyup imzalayıp bize ulaştıracaklar ve bir hafta içinde tapuları çıkarak yine adreslerine kadar gitmiş olacak… Mübarek Ramazan ayında muhafazakâr ailelere seslenmek istiyoruz. Burası tamamen sizler için… Sevgili dostlarım sizler muhafazakâr yaşamınızı sürdürmek istiyorsanız, Sercan Tüzün’ü can kulağıyla dinleyin… Burada düzenli ve bilinçli olarak bir termal tedaviden geçmiş olacak ailelerimiz. Tesise ilk adım attıkları andan itibaren mini bir check-up’tan geçecekler. 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 odalarımızı uygulayacağız. Bu da cilt ve deri rahatsızlıkları için iyi gelmekte ve üçüncü olarak ise termal havuzlarımızda uygulamış olacaklar termal banyolarını, 21 kürü uygulayacaklar. Bu da eklem rahatsızlıkları, romatizma, kireçlenme, ben ve boyun fıtıkları için iyi gelmekte…”* şeklinde ifadeler ile birlikte, *“Tüketici, sözleşmenin her iki tarafça imzalanmasından itibaren 14 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;

* ***“Ankara Kızılcahamam’da 7 günlük hisse tapu… Kredi kartına vade farksız 9 taksit imkanı, 7 gün tatil hediye… Sizleri 14.900 TL’ye değil çok büyük bir indirimle 4.900 TL’ye tapu sahibi yapacağız. İşte tapularımız…14.900 TL değil sadece ve sadece 4.900 TL’ye sizleri Kızılcahamam’da yedi günlük ömür boyu hisse tapu sahibi yapacağımız gibi bunun yanında da Afyon Gazlıgöl’de yedi günlük hediye tatil kazanacaksınız. Ücretsiz check-up’lar, fizik tedaviler… Sercan Tüzün ve Duygu Meltem Yalçınkaya’yı görünce bilin ki her ailenin tapusu olacak… Ailelerimiz gerçekten evlerinden çıkmadan tapu sahibi olabilecekler… 0 212 408 11 44 numaralı telefonlardan bizlere ulaşacaklar ve güvenli hatları üzerinden tüm işlemlerini sağlayacaklar. İki gün içerisinde adreslerine kadar sözleşmeleri gidecek. Bunu okuyup imzalayıp bize ulaştıracaklar ve bir hafta içinde tapuları çıkarak yine adreslerine kadar gitmiş olacak…”***ifadelerine yer verilmesine rağmen tapuların teslim edilmediği,
* ***“Tüketici, sözleşmenin her iki tarafça imzalanmasından itibaren 14 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,

Ayrıca, ***“Mübarek Ramazan ayında muhafazakâr ailelere seslenmek istiyoruz. Burası tamamen sizler için… Sevgili dostlarım sizler muhafazakâr yaşamınızı sürdürmek istiyorsanız, Sercan Tüzün’ü can kulağıyla dinleyin”*** ifadelerinin dini duyguları istismar edici nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, ***“Burada düzenli ve bilinçli olarak bir termal tedaviden geçmiş olacak ailelerimiz. Tesise ilk adım attıkları andan itibaren mini bir check-up’tan geçecekler. 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 odalarımızı uygulayacağız. Bu da cilt ve deri rahatsızlıkları için iyi gelmekte ve üçüncü olarak ise termal havuzlarımızda uygulamış olacaklar termal banyolarını, 21 kürü uygulayacaklar. 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, 5/j, 7/a, 7/c, 13 ve 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, reklam veren **Th Atılım Yapı Emlak İnşaat Makine Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca, **ulusal düzeyde 91.370-TL (Doksanbirbinüçyüzyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**EĞİTİM**

**63)**

**Dosya No: 2013/1610**

**Şikayet Edilen: Markamed Medikal ve Medya Paz. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.uyurkeningilizceogrenme.com](http://www.uyurkeningilizceogrenme.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait [www.uyurkeningilizceogrenme.com](http://www.uyurkeningilizceogrenme.com) adresli internet sitesinin 29.11.2013 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda; *“Uyurken İngilizce öğrenme; Toplam 16 ders, 16 günde İngilizce’yi hem konuşacak hem de anlayacaksınız. Bilinçaltı kurgulama sistemiyle hazırlanmış, İngitere’den ithal “Dinle – Konuş” setiyle İngilizce konuşanları anlayacaksınız. Önce uykuda konuşmaya başlayacaksınız. 3.017 kelimeyi, (fiil, sıfat, isim) ezberlemeden direkt öğrenmenizi sağlayan yüzyılın buluşuyla tanışmaya hazır mısınız?(…) NLP Uzmanı Anthony Robbins, bilinçaltı yöntemiyle İngilizce öğrenmenin normal yöntemlere göre daha etkili olduğunu kanıtladı. Kullanımı: Uyuduğumuzda bilinçaltımızın açık olduğu gerçeğinden yola çıkan dilbilimciler, uyumadan önce sesin bizi kesinlikle rahatsız etmeyeceği (uykuya geçmemizi engellemeyecek şekilde) seste olmasını öneriyorlar. Uykuya dalarken, 21 gün sürekli olarak dinlemelisiniz. Program tek başına etkili bir çözümdür fakat yine de aynı süre içerisinde vaktiniz varsa İngilizce Dil seçeneği ile Türkçe altyazılı olarak yabancı dizi ve film izlemenizi öneriyoruz. Bu davranışınız bilinçaltına işlenen bilgileri bir görselle eşleştirerek, bilinçaltınıza yerleşen cümlelerin unutulmamasını sağlayacaktır. Uyurken İngilizce Öğrenme Seti (English for life) yaklaşık 10 yıldır kişilerin İngilizce’ye olan gereksinimlerini hızlı bir şekilde yerine getirerek ulaşılması imkansız görünen İngilizce eğitimini, okuma - yazma - anlama - konuşma ve çeviri ögeleriyle bir bütün haline getirip, kişinin ana dili gibi kullanabilme özgürlüğüyle mümkün kılmanın haklı mutluluğunu yaşıyor. İngilizce’nin belirli kalıplara sığmayacak can alıcı noktalarının pratik bir yolla aktarılmasıyla konuşmanın ve anlamanın kolay hale gelebileceği öngörüsünü, reel yaşama aktarılması gerektiği bir lisan olduğu bilinciyle yoluna devam ediyor. Başka bir uygulama gerekir mi? Set, gerek içeriğiyle, gerek özellikleriyle gerekse mucizevi etkileriyle piyasada bulunan ve dünya üzerinde çıkarılmış İngilizce’ye dair en iyi oluşum unvanını elinde tutuyor. Buna istinaden setin, yetilerine yetişecek herhangi bir kaynak olmadığı için konuşma ve anlamanın mükemmelleşmesi konusunda tek başına fazlasıyla etkiyi zaten sağlayacaktır. Artık İngilizce konuşmak için tonlarca para döküp, tüm boş zamanınızı buna harcamanıza gerek yok! Ekstra çaba harcamadan, sadece uykuya dalarken İngilizce’nizi geliştirebileceksiniz. Tüm dünyayla eş zamanlı olarak Türkiye’de uygulanan bilinçaltı kurgu tekniği ile uyurken, İngilizce anlama ve konuşmanızı mükemmel boyuta getirebileceksiniz! Uyurken İngilizce öğrenmek artık mümkün! Monotik ses teknikleriyle özel stüdyoda dilbilimciler tarafından hazırlanan “İngilizce Seti” tüm dünya ile eş zamanda Türkiye’de! Bilinçaltı kurgulama sistemiyle hazırlanmış İngitere’den ithal “Dinle – Konuş” setiyle, aksanıyla İngilizce konuşanları anlayacak ve özgüven telkinleriyle İngilizce konuşmanıza yardımcı olacak tüm yetilere sahip olacaksınız. Üstelik bu setiniz ücretsiz kargo ile evinize kadar geliyor. Kitap kullanmadan İngilizce konuşabileceğiniz bu fırsatı kaçırmayın, siz de İngilizce’yi kolayca öğrenin. İngiliz dilbilimciler (linguists) tarafından titizlikle yürütülen çalışma sonunda, iki yıl önce 4 farklı Avrupa ülkesinde satışı başlayan, İngilizce Set (Konuşmanın Bilinçaltıyla Algılanması) Sistemi %92'lik başarı elde ederek, İngilizce konuşma güçlüğü çeken herkesin vazgeçilmez “Dinle – Konuş” seti haline gelmiştir.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.uyurkeningilizceogrenme.com](http://www.uyurkeningilizceogrenme.com) adresli internet sitesinin 29.11.2013 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, doğruluğu bilimsel olarak ispat edilemeyen, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksiliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verildiği, dolayısıyla Reklam Hukuku’nun ispat külfeti ile ilgili hükmü ışığında incelenen reklamlarda yer alan iddiaların kanıtlanabilirlikten uzak ve yanıltıcı bir yöntemle talep yaratma amacına hizmet etmekte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik taşıdığı, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 11 inci, 13 üncü ve 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, reklam veren **Markamed Medikal ve Medya Paz. Hiz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**64)**

**Dosya No: 2014/636**

**Şikayet Edilen:** **Gold Teknoloji Marketleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gold.com.tr](http://www.gold.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“İndirimin ağababası. Tüm ürünlerde % 30 indirim.”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda; ***“Tüm ürünlerde % 30 indirim”*** şeklinde reklam yapıldığı, ürünlerin indirim öncesi fiyatları ile indirim sonrası fiyatlarının aynı büyüklükte olmadığı ve reklamlarda herhangi bir stok bilgisi bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ***“İndirimin ağababası. Tüm ürünlerde % 30 indirim”*** başlıklıreklamlarda tüm ürünlerde % 30 indirim şeklinde reklam yapılmasına rağmen, tüm ürünlerde % 30 indirim olmadığı, bazı ürünlerde daha az oranda indirim yapıldığı, firma tarafından gönderilen fatura örneklerinden birisinde de bu durumun açıkça görüldüğü, ayrıca Malatya Ticaret İl Müdürlüğü tarafından Malatya Park AVM’de bulunan firmaya ait mağazada reklamın geçerli olduğu tarihlerde yapılan denetimlerde de tüm ürünlerde % 30 indirim yapılmadığının ve daha az indirim yapılan ürünlerin bulunduğunun tutanakla tespit edildiği ayrıca, söz konusu reklamlarda ürünlerin indirim öncesi fiyatları ile indirim sonrası fiyatlarının aynı büyüklükte olmadığı ve ürünlerin stok bilgilerine yer verilmediği ve reklamların tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı nitelikte olduğu; dolayısıyla bu durumun,

**-**Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 12/A, 13 ve 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, **Gold Teknoloji Marketleri San ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca, **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2014/1014**

**Şikâyet Edilen: Yüksel Elektroteknik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** ***“15 Temmuz’da Uydu Alıcınızın Ayarlarıyla Oynayın”*** başlıklı reklam

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda; *“15 Temmuz’da Uydu Alıcınızın Ayarlarıyla Oynayın! Türksat 4A uydusunun hizmete girmesiyle uydu TV ve radyoların frekansları değişmiş olacak. Yüzlerce popüler ve yerel kanal sadece HD özellikli uydu alıcılarıyla izlenebileceği için TV keyfiniz kesintiye uğrayabilir. TV keyfinizin kesintisiz devam etmesi için Next FullHD uydu alıcısı alın…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda, yukarıda bahsi geçen ifadelere yer verilmek suretiyle, SD uydu alıcısına sahip olan tüketicilerin 15 Temmuz tarihinden itibaren hiçbir televizyon kanalını izleyemeyeceği, izleyebilmek için mutlaka HD özellikli uydu alıcısına sahip olunması gerektiği şeklinde izlenim oluşturulduğu, bu durumun gerçeği yansıtmaması nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 7/a ve 7/c maddeleri,

**-** 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, **Yüksel Elektroteknik San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**ENERJİ**

**66)**

**Dosya No: 2013/1413**

**Şikayet Edilen: BP Petrolleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Castrol EDGE”*** isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak “Lig Tv” logosuyla yayın yapan televizyon kanalı ile [www.castrol.com](http://www.castrol.com) ve [www.castroledge.com.tr](http://www.castroledge.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2012 - 31.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait ***“****Castrol EDGE”* isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak 16.11.2012- 31.12.2013 tarihleri arasında “Lig Tv” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda yer alan altyazının metin boyutunun *“Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğ”* hükümlerine uygun olmadığı; diğer taraftan, söz konusu ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.castroledge.com.tr](http://www.castroledge.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Farklı motor devirlerinde gücü test edilen Castrol EDGE, metallerin birbiriyle sürtünmesini azaltmada önde gelen rakiplerinden %35'e kadar daha güçlü. Bağımsız bir laboratuvarca yapılan Maksimum Dayanıklılık Testi'nde Castrol EDGE'in önde gelen rakiplerine kıyasla %35'e kadar daha uzun süre daha güçlü kaldığı kanıtlanmıştır.”* ifadelerine, [www.castrol.com](http://www.castrol.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, *“Çeşitli motor devirlerinde motor yağının gücünü ölçen testlerde Castrol EDGE, metallerin birbiriyle olan temasını en yakın rakibine oranla %40’a kadar azaltır”* ifadesine, anılan ürüne ilişkin olarak yayınlanan televizyon reklamlarında ise “*Yeni FSD teknolojisiyle Castrol Edge %35’e kadar daha güçlü”* ifadesineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** BP Petrolleri A.Ş.’ye ait *“Castrol EDGE”* isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak 16.11.2012- 31.12.2013 tarihleri arasında “Lig Tv” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda yer alan altyazının metin boyutunun 13.06.2011 tarihinde yürürlüğe giren *“Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğ”* hükümlerine uygun olmadığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda altyazıya okunabilirlikten uzak bir şekilde yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Bununla birlikte, söz konusu ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.castroledge.com.tr](http://www.castroledge.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, “*Farklı motor devirlerinde gücü test edilen Castrol EDGE, metallerin birbiriyle sürtünmesini azaltmada önde gelen rakiplerinden %35'e kadar daha güçlü. Bağımsız bir laboratuvarca yapılan Maksimum Dayanıklılık Testi'nde Castrol EDGE'in önde gelen rakiplerine kıyasla %35'e kadar daha uzun süre daha güçlü kaldığı kanıtlanmıştır.”* ifadelerine, [www.castrol.com](http://www.castrol.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, *“Çeşitli motor devirlerinde motor yağının gücünü ölçen testlerde Castrol EDGE, metallerin birbiriyle olan temasını en yakın rakibine oranla %40’a kadar azaltır”* ifadesine, anılan ürüne ilişkin olarak yayınlanan televizyon reklamlarında ise, “*Yeni FSD teknolojisiyle Castrol Edge %35’e kadar daha güçlü”* ifadesineyer verildiği, ancak söz konusu ifadelerin birbiriyle çeliştiği ve söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan ürünün performansına ilişkin olarak tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açılarak tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g ve 21 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğ’in 5/1, 5/2, 5/4, 6/3 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, reklam veren **BP Petrolleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**67)**

**Dosya No: 2014/405**

**Şikayet Edilen: İstanbul Deniz Otobüsleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ido.com.tr](http://www.ido.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“PROMO Promosyon Biletlerimiz”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından [www.ido.com.tr](http://www.ido.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan*“PROMO Promosyon Biletlerimiz”*başlıklı reklamlarda; ***“Sefer kalkış saatine 24 saatten fazla süre olduğu durumlarda, bilet tutarının %50’si oranında kesinti yapılarak değişiklik yapılabilir.”*** ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından [www.ido.com.tr](http://www.ido.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan*“PROMO Promosyon Biletlerimiz”*başlıklı reklamlarda, ***“Sefer kalkış saatine 24 saatten fazla süre olduğu durumlarda, bilet tutarının %50’si oranında kesinti yapılarak değişiklik yapılabilir.”*** ifadesine yer verilerek, belirli koşulların yerine getirilmesi durumunda herhangi bir tarih ve sefer kısıtlaması yapılmaksızın bilet değişikliği yapılabileceği hususunun ifade edildiği, ancak kampanya kapsamında satın aldığı biletleri daha ileri bir tarihe değiştirmek isteyen tüketicinin talebinin, yaz tarifesi seferlerinin satışta olmadığı gerekçesiyle firma tarafından yerine getirilmediği ve bu durumun inceleme konusu reklamlarda yer alan ***“Bilet tutarının %50’si oranında kesinti yapılarak değişiklik yapılabileceği”*** vaadi ile çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 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 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 **İstanbul Deniz Otobüsleri San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2014/990**

**Şikayet Edilen: Bernardo Pazarlama San. ve Dış. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Anneler gününe özel kampanya “TÜM ÜRÜNLERDE NET %50” indirim! Kaçırmayın!”***ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından 11.05.2014 tarihinde tüketicilere gönderilen tanıtım mesajında, *“Anneler gününe özel kampanya TÜM ÜRÜNLERDE NET %50 İNDİRİM! Kaçırmayın!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından 11.05.2014 tarihinde tüketicilere gönderilen tanıtım mesajında, *“Anneler gününe özel kampanya TÜM ÜRÜNLERDE NET %50 İNDİRİM! Kaçırmayın!”* ifadelerine yer verilerek ana vaadin istisnası niteliğinde bir bilgi sunulmaksızın tüm ürünlerde %50 indirim yapılacağı iddiasında bulunulmasına karşın, kampanya kapsamında *“Paris Antik Yemek Takımı”* isimli ürünü %50 indirimli olarak satın almak isteyen tüketiciye, firma tarafından söz konusu ürünün kampanyaya dahil olmadığı bilgisinin verildiği ve bu durumun inceleme konusu tanıtım mesajında yer alan *“Tüm Ürünlerde Net %50 İndirim”* vaadi ile çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 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 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 **Bernardo Pazarlama San. ve Dış. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2013/1245**

**Şikayet Edilen: Cevizli Marketçilik San. Tic. Ltd. Şti.** **(Seyrantepe Alışveriş Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Paşabahçe Marmara 19 parça çay seti”*** ve ***“Finish Calgonit Süper Set 60’lı tablet”*** isimliürünlerin tanıtımının yer aldığı broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.10.2013-03.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından 30.10.2013-03.11.2013 tarihleri arasında geçerli olan kampanyanın tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde, tanıtımı yapılan indirimli ürünlere ilişkin stok miktarı bilgilerine yer verilmediği; diğer taraftan inceleme konusu broşürlerde tanıtımı yapılan *Paşabahçe Marmara 19 Parça Çay Seti* isimli ürünün fiyatının 3,49 TL olduğu ifade edilmesine karşın, söz konusu ürünün mağazada 11,90 TL’den satışının yapıldığı; ayrıca söz konusu broşürde *Finish Calgonit Süper Set 60’lı Tablet* fiyatının 8,49 TL olduğu ifade edilmesine karşın, tüketicilere söz konusu fiyatın Finish Calgonit Avantaj Set 15’li tablet için geçerli olduğu bilgisinin verildiği, bununla birlikte broşürde yer alan ürünlerin indirimli fiyatlar üzerinden satıldığını gösteren yeterli sayıda fatura örneğinin firma tarafından sunulmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait olup 30.10.2013-03.11.2013 tarihleri arasında geçerli olan kampanyanın tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde, tanıtımı yapılan indirimli ürünlere ilişkin stok miktarı bilgilerine yer verilmediği, dolayısıyla indirimli satışlara ilişkin reklam ve ilanlarda bulunması gereken unsurlara inceleme konusu reklamlarda yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu durumun da Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin *“İndirimli satışlar”* başlıklı 12/A maddesinde yer alan; ***“(…) İki haftayı geçmeyecek şekilde yapılacak olan indirimli satışlara ilişkin reklam ve ilanlarda; satışa sunulan mal ve hizmetlerin miktarı, markası, modeli ve diğer özellikleri yanında indirim öncesi fiyatı ile indirimli fiyatının belirtilmesi ve söz konusu fiyatların yazılı reklam ve ilanlarda aynı büyüklükte gösterilmesi zorunludur.”*** hükmüne açıkça aykırı olduğu;

Diğer taraftan inceleme konusu broşürlerde tanıtımı yapılan *Paşabahçe Marmara 19 Parça Çay Seti* isimli ürünün fiyatının 3,49 TL olduğu ifade edilmesine karşın, söz konusu ürünün mağazada 11,90 TL’den satışının yapıldığı; ayrıca söz konusu broşürde *Finish Calgonit Süper Set 60’lı Tablet* fiyatının 8,49 TL olduğu ifade edilmesine karşın, tüketicilere söz konusu fiyatın Finish Calgonit Avantaj Set 15’li tablet için geçerli olduğu bilgisinin verildiği, bununla birlikte firma tarafından broşürde yer alan ürünlerin indirimli fiyatlar üzerinden satıldığını gösteren yeterli sayıda fatura örneğinin sunulmadığı, dolayısıyla anılan tanıtım broşüründe ilan edilen indirimlerin gerçekte uygulandığının ispat edilemediği, bu nedenle söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik taşıdığı, tüm bu durumların da;

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 12/A, 13 üncü ve 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, reklam veren **Cevizli Marketçilik San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2014/872**

**Şikayet Edilen:** **Emrah KILIÇ (Üç E Çağrı Merkezi Hizmetleri Pazarlama)**

**Şikayet Edilen Reklam**:[www.toprak-danismanlik.com](http://www.toprak-danismanlik.com)adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.toprak-danismanlik.com](http://www.toprak-danismanlik.com) adresli internet sitesinin 03.11.2014 tarihli görünümünde “Duyurular” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“Kredi Kartı Aidatlarımı Nasıl Geri Alabilirim? Artık ekstreni kontrol ettiğinde sinirini bozan o kredi karti aidati ya da üyelik ücreti canını sıkamayacak. 38.000.000 banka müşterisinden haksız olarak alınan bu ücretleri geri almanın pratik yolunu size sunuyoruz. Evet kredi kartı aidatı ücretini ekstren olmak kaydıyla 10 yıl geriye alabiliyorsunuz. Sakın "uğraşamam", "çok zamanımı alır", "çok karışık" demeyin. Kolay para kazanmıyoruz ve bizden haksız alınan bu haraçlara bir dur demenin vakti geldi.* ***Hemen müşteri danışmanlarımızı arayın size yardımcı olalım. Kredi kartı aidatlarını ve dosya masraflarını geri almak artık çok kolay...*** *2007 yılından bu yana kredi kart aidatları konusundaki hukuksuzluğa dikkat çekmek ve 2.500.000,00 TL. nın her yıl tüketicinin cebinden alınarak bankaların kasasına girmesini engellemek için yaptığımız çalışmalar kapsamında, kredi kart aidatının geri alınması için tüketicinin izlemesi gereken yasal yolları, kullanacağı dilekçe örneklerini içeren bir rehber metin hazırlamaya çalıştık. Kredi Kartı aidatlarımı nasıl alabilirim, ne yapmam gerekir, nerden başlamalıyım diye düşünmeyin. Arayın alanındaki uzman kadromuz işlemlerinizi hemen başlatsın. 0850 480 4888”* şeklinde ifadelere;

“Kredi Dosya masrafları” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“2008 yılından önce kredi çekenlere iyi haber. Tüketici mahkemelerinden alınan bilgilere göre bankalardan kredi kullananların dosya masraflarını almaları aslında çok kolay. 2008 yılından önce kredi kullandıysanız bankanızdan taahhütnamenizin bir örneğini isteyin. Eğer banka taahhütname vermez ise bilin ki taahhütnameniz yok ve banka dosya masraflarınızı iade etmek zorunda.* ***Bankalardan kredi kullanıp dosya masrafı ödeyenler sıkı durun! Bu bilgiyi öğrendiğinizde neden bazı kişilerin dosya masraflarını geri alırken, bazılarının alamadığı ortaya çıkacak ve belki de milyonlar dosya masrafı iadesini alabilecek.*** *Dosya masraflarının iadesine ilişkin taleplerin artması üzerine dosya masraflarını iade etmek istemeyen bankalar, 2008 yılından itibaren kredi sözleşmeleri içinde tek sayfalık taahhütname imzalattılar. Taahhütnamede Ne Yazıyor! Tüketici mahkemelerinden aldığı bilgilerle bankaların ticari bir sırrını gözler önüne seren sikayetvar.com uzmanları milyonları ilgilendiren şu açıklamalarda bulundular: “Bankalar kredi kullanan müşterilere kredi sözleşmesi içinde tek sayfalık taahhütname imzalatılır. Bu taahhütnamede hiç bir şekilde kredi masraflarına itiraz edilmeyeceği ‘Müşteri bu sözleşme hükümleri çerçevesinde kullandırılan kredi dolayısıyla, ödenmesi gereken her türlü vergi, resim, harç, sigorta primi, operasyon vb. masrafları ....bank'a ödemekle yükümlü olduğunu kabul ve taahhüt eder.' ‘Müşteri ve kefillerin bu sözleşmede belirtilen kredi borçları için bankaca belirlenecek her türlü ücret ve masraf ödemeyi kabul ve taahhüt ederler.’şeklinde yazmaktadır. Fakat bunun bilincinde olmayan tüketici hakem heyetlerine masrafların iadesi için dilekçelerini veriyor. Heyet de tüketici lehine karar veriyor. Kararın bir örneği tüketiciye bir örneğini de ilgili bankaya gönderilir. Fakat ilgili banka müşteriden almış olduğu imzalı taahhütnameyi tüketici hakem heyetine göndererek tüketiciyle masraflar konusunun sözleşme altına alındığını, müşterilerin bu masrafları bilerek kredi kullandığını, müzakere edilerek imza attığını, müşterilerin kredi borçları için bankaca belirlenecek her türlü ücret ve masraf ödemeyi kabul ve taahhüt ettiğini belirtir. Bunun üzerine hakem heyeti tüketicinin haksız olduğunu ve masrafları geri alamayacağı kararını verir.” 2008 Yılından Önce Kredi Kullandıysanız Müjde! Birçok tüketicinin “Bazı tüketiciler dosya masraflarını geri alırken biz neden alamıyoruz” şeklinde bankaları şikayet yağmuruna tuttuğunu kaydeden uzmanlar şöyle devam etti: “Bu sorunun yanıtı taahhütnamede gizli. Milyonlar dosya masrafı iadesini alabilecek. Sebebi şu 2008 yılından önce hiç bir müşteriden taahhütname alınmıyordu ve bu müşteriler dosya masrafına itiraz ettiği zaman paralar otomatik olarak ödeniyordu. Fakat bunu tüketiciler bilmediği için belki binlerce kişi bu masrafları alamayacağını düşünerek ya da mahkemelerde uğraşmak istemediği için davadan vazgeçti. Eğer 2008 yılından önce kredi çektiyseniz bankanızdan taahhütnamenizin bir örneğini isteyin eğer ilgili banka taahhütname vermez ise bilin ki kredi dosyanızda taahhütnameniz yok ve bu durumda banka dosya masraflarınızı iade etmek zorunda. Konuyla ilgili kazanılmış davalar da mevcut.”* Şeklinde ifadelere;

“Hakkımızda” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Toprak Danışmanlık kredi kartı aidatları ve kredi dosya masraflarının %100 alınacağına dair garanti vermemektedir. Hedefimiz kredi kartı aidatlarınızı ve kredi dosya masraflarınızı geri alabilmeniz hususunda sizlere yön göstermektir. İlgili evrakları danışmanlarımızın yönlendirdiği doğrultuda gerekli yerlere ilettiğiniz takdirde sorunsuz bir şekilde işlemlerinizi gerçekleştirmeniz için destek vermekte, herhangi bir sorunla karşılaşmadan sürecinizi tamamlamanıza yardım etmektedir. Toprak Danışmanlığın bir banka, hukuk bürosu veya tüketici hakem heyetiyle herhangi bir bağlantısı bulunmamaktadır. Toprak Danışmanlık, tüketicilerin kredi kartı aidatı ve kredi dosya masrafları adı altında bankaların haksız kazançlarını geri alabilmeleri için, telefon ve mail yolu ile bilgi paylaşımında bulunan özel bir danışmanlık firmasıdır. Neden Toprak Danışmanlık : \* Alanında Uzmanlaşmış Kadrosu \* Kaliteli Hizmet \** ***Danışmanlık hizmeti alınmadan yapılan başvurularda geri alabilme oranı %50 iken, danışmanlık aracılığıyla bu oran %90'lara ulaşmaktadır.*** *\* Amacımız Tüketicilerden kesilen haksız kazançların, Tüketiciye iadesini sağlamak.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında, tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalardan doğabilecek uyuşmazlıklarda öngörülen yasal çözüm mercii tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri olarak belirlenmiş olup; tüketiciler, ücretsiz olarak söz konusu hak arama yollarına başvurabilmektedirler.

Ancak; www.toprak-danismanlik.com adresli internet sitesinde, bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı, dosya masrafı ve benzeri isimler altında alınan diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmeti sunulduğunun ifade edildiği;

Diğer taraftan; hukuki meselelerde mütalaa verme, mahkeme, hakem veya yargı yetkisini haiz bulunan diğer organlar huzurunda gerçek ve tüzel kişilere ait hakları dava etme ve savunma, adli işlemleri takip etme, bu işlere ait bütün evrakı düzenleme yetkisinin yasal olarak yalnızca avukatlara ait olduğu ancak; inceleme konusu tanıtımlarda yer verilen ifadeler ile adı geçen firma tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi kartı aidatı, tüketici kredilerinden alınan dosya masrafları ve diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğunun iddia edildiği;

Tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri tarafından, incelemeye alınan dosyalar hakkında somut olayın özelliklerine göre ayrı ayrı değerlendirme yapılmasına rağmen; söz konusu tanıtımlarda yer alan kesinlik bildiren ifadeler ile tüketicilerin mevcut yasal haklarının garanti altına alındığı yönünde izlenim uyandırıldığı;

Bu nedenle, [www.toprak-danismanlik.com](http://www.toprak-danismanlik.com) adresli internet sitesinde, bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı, dosya masrafı ve benzeri isimler altında alınan diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmeti sunulduğu yönünde izlenim uyandırarak yapılan tanıtımların tüketicilerialdatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- 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, **Emrah KILIÇ (Üç E Çağrı Merkezi Hizmetleri Pazarlama)** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **50.000-TL (EllibinTürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2014/1620**

**Şikayet Edilen: Makro Market A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Makronomi” isimli broşürde yer alan ***Fairy*** marka bulaşık makinesi deterjanına ilişkin tanıtım

**Reklam Yayın Tarihi:** 29 Haziran 2013 – 21 Temmuz 2013

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** 29 Haziran 2013 – 21 Temmuz 2013 tarihleri “Makronomi” adı altında yayınlanan broşürde yer alan *Fairy* marka bulaşık makinesi deterjanına ilişkin tanıtımlarda söz konusu deterjanın fiyatının 29,90 TL olarak ilan edilmesine rağmen, söz konusu ürünün başvuru sahibi tüketiciye Makro Market’in Batıkent İnönü şubesinde ellerinde olmadığı gerekçesi ile satılmadığı, başvuru sahibi tüketicinin konu ile ilgili olarak reklam veren şirketin müşteri hizmetleri ile yapmış olduğu görüşme sonucunda da tüketici mağduriyetinin giderilmemiş olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firmaya ait olup 29 Haziran 2013 – 21 Temmuz 2013 tarihleri Makronomi adı altında yayınlanan broşürde yer alan Fairy marka bulaşık makinesi deterjanına ilişkin tanıtımlarda söz konusu deterjanın fiyatının 29,90 TL olarak ilan edilmesine rağmen söz konusu ürünün başvuru sahibi tüketiciye Makro Market’in Batıkent İnönü şubesinde ellerinde olmadığı gerekçesi ile satılmadığı, başvuru sahibi tüketicinin konu ile ilgili olarak reklam veren firmanın müşteri hizmetleri ile yapmış olduğu görüşme sonucunda da tüketici mağduriyetinin giderilmemiş olduğu,

Diğer taraftan reklam veren firma tarafından konuya ilişkin olarak yapılan açıklamada broüşürde yer alan söz konusu ürünün yurtdışında üretiliyor olması nedeni ile ithalatçı firmanın siparişi karşılayamaması gerekçesi ile satışa sunulamamış olduğu ve bu nedenle müşterilerin mağdur olmaması için aynı markalı başka tabletlere fiyat yapılarak satışının yapıldığı bilgisinin verildiği, ancak **stokta bulunmayan bir ürüne, tüketicilere yönelik bir broşürde yer verilerek talep yaratılmasının tüketicileri aldatıcı yanıltıcı olduğu,**

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b,5/e, 7/a, 7/c ve 7/e 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, reklam veren **Makro Market A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2014/1360**

**Şikayet Edilen: Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Koton Çocuk” markalı tekstil ürünlerine ilişkin olarak ***“Çocuk Kafası Çocuk Modası”*** başlıklı kampanya çerçevesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül-Ekim 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Gazete, Dergi, Billboard

**Tespitler: “Koton Çocuk”** markalı tekstil ürünlerine ilişkin olarak Eylül-Ekim 2014 döneminde **“Çocuk Kafası Çocuk Modası”** başlıklı kampanya çerçevesinde yayınlanan billboard reklamlarında; ***“Bir beden büyük almayın. Seneye de giymem. Moda neyse onu giyerim.”***, “***Büyüyünce ne olacağımızı bilmiyoruz. Ama şık olacağımız kesin.”, “Kopya çekmem kopya veririm tarzımla.”*** İfadelerine ve televizyon reklamlarında; ***“O doğduğunda ağlamadı doktora çak yaptı…”*** *ve* ***“Okula başladı, daha okumadan yazmayı öğrendi…”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Koton Çocuk”** markalı tekstil ürünlerine ilişkin olarak Eylül 2014 döneminde **“Çocuk Kafası Çocuk Modası”** başlıklı kampanya çerçevesinde yayınlanan ***“Bir beden büyük almayın. Seneye de giymem. Moda neyse onu giyerim.”***, “***Büyüyünce ne olacağımızı bilmiyoruz. Ama şık olacağımız kesin.”, “Kopya çekmem kopya veririm tarzımla.”*** ifadelerinin yer aldığı billboard reklamları ile ***“O doğduğunda ağlamadı doktora çak yaptı…”*** *ve* ***“Okula başladı, daha okumadan yazmayı öğrendi…”*** ifadelerinin yer aldığı televizyon reklamlarında **çocuklara yetişkin tavrı verilerek ve yetişkinlerin dünyasına ait olması gereken moda kavramı zihinlerine sokularak bu sayede kendi yaşıtlarından “ayrıcalıklı” olacakları fikrinin verildiği**, **bu durumun çocukların zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişimlerini olumsuz etkilediği,** açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

- Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a ve 18 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, reklam veren **Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi Ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **ulusal düzeyde** **200.000-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.