**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

 **BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  13 Ocak 2015

**Toplantı Sayısı :** 232

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2014/1532**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Turkcell’in çekim gücü telefonun pil ömrünü çooook uzatır”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14-30 Kasım 2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler: “Turkcell’in çekim gücü telefonun pil ömrünü çooook uzatır”** başlıklı televizyon reklamlarında ana vaat olarak; ***“Turkcell’in çekim gücü telefonun pil ömrünü çooook uzatır. Turkcell’in Gelişmiş Bağlantı Teknolojisi sayesinde telefonun pili çok daha az güç harcar. Bu yüzden Turkcell’lilerin pili %50’ye kadar daha uzun ömürlüdür. Turkcell birlikte her gün daha iyiye”*** ifadelerine, altyazı ve durağan yazı olarak ise; *“Bu teknolojiyi destekleyen cihazlarda, internet bağlantısında süreklilik sağlar”* ile *“Turkcell’in şebekesinde bulunan ve gelişmiş internet bağlantısı sağlayan Gelişmiş Bağlantı Teknolojisi (Continuous Packet Connectivity) sayesinde Turkcell’lilerin bu özelliği destekleyen telefonunun pil ömrü %50’ye kadar daha uzun ömürlüdür”*ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, [www.turkcell.com.tr](http://www.turkcell.com.tr) adresli internet sitesinde 20/11/2014 tarihinde yayınlanan **“Gelişmiş Bağlantı Teknolojisi”**başlıklı duyurudabu teknolojiyi destekleyen akıllı telefonlar *“APPLE Iphone 5C, APPLE Iphone 5S, APPLE Iphone 6, APPLE IPhone 6 Plus, LG Optimus G PRO, LG G2, LG G Flex, LG Nexus 5, LG G3, LG G3 Beat, LG G2 Mini, LG Optimus L7, NOKIA Lumia 800, NOKIA Lumia 925, NOKIA Lumia 1020 ,NOKIA Lumia 625, NOKIA Lumia 1320, NOKIA Lumia 1520 ,NOKIA Lumia 930, NOKIA Lumia 630, NOKIA Lumia 530, SONY Xperia Z, SONY Xperia SP, SONY Xperia Z Ultra, SONY Xperia Z1, SONY Xperia Z1 Compact, SONY Xperia Z2, SONY Xperia M2, SONY Xperia Z3, SONY Xperia Z3 Compact,, SONY Xperia C3, SONY Xperia T3, SONY Xperia J, SONY Xperia M,SONY Xperia L, TURKCELL T50”* şeklinde sıralandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak yer verilen; ***“Turkcell’in çekim gücü telefonun pil ömrünü çooook uzatır. Turkcell’in Gelişmiş Bağlantı Teknolojisi sayesinde telefonun pili çok daha az güç harcar. Bu yüzden Turkcell’lilerin pili %50’ye kadar daha uzun ömürlüdür. Turkcell birlikte her gün daha iyiye”*** ifadeleri ile altyazı olarak yer verilen; *“Turkcell’in şebekesinde bulunan ve gelişmiş internet bağlantısı sağlayan Gelişmiş Bağlantı Teknolojisi (Continuous Packet Connectivity) sayesinde Turkcell’lilerin bu özelliği destekleyen telefonunun pil ömrü %50’ye kadar daha uzun ömürlüdür”*ifadelerini doğruluğunu ispatlayacak nitelikte bir bilimsel çalışma veya test sonucuna yer verilmediği, dolayısıyla reklamdaki iddiaların ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, tanıtımı yapılan Gelişmiş Bağlantı Teknolojisi sadece internete bağlı olarak data kullanımında mobil cihaz batarya ömründe tasarruf sağlamasına karşın, reklamda yer verilen ***“Turkcell’in çekim gücü telefonun pil ömrünü çooook uzatır”*** ifadesiyle ve reklamın bütünü dikkate alındığında tanıtımı yapılan teknolojinin tüm mobil hizmetlerde batarya ömründe tasarruf sağladığı algısı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, ülkemizde kullanılan cep telefonlarından sınırlı sayıda cihaz *Gelişmiş Bağlantı Teknolojisini (Continuous Packet Connectivity)* desteklemesine rağmen, reklamlarda bu hususa ilişkin ayrıntılı bilgi alınabilecek bir mecraya yönlendirme yapılmadığı,

Bu nedenle, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 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 uyarınca **ulusal düzeyde 200.000-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2014/1591**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Nasıl Vodafone’lu oldum?”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12-18 Kasım 2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler: “Nasıl Vodafone’lu oldum?”** başlıklı televizyon reklamlarının ilk versiyonunda ana vaat olarak;***“…Mail cevapla %40, haritadan yola bak %25, patrona dert anlatmak %30’dan başlıyor. Kaldık mı yine %5’te? Ama stajyerinki yine bitmemiş! Oğlum bütün gün elinden düşmedi. Nasıl bitmiyor şarjın bu telefonla dedim. Telefonla değil Vodafone’la dedi fırlama. Olur mu hiç öyle şey dedim. Vodafone’lu olursan bal gibi olur. Vodafone Akıllı Kapsama Teknolojisi telefonunuzun pil ömrünü yaklaşık %25’e kadar uzatır…”*** ifadelerine, altyazı ve durağan yazı olarak ise; *“Bağımsız kuruluş testi, iPhone 5, Samsumg S4, Sony Xperia Z, Turkcell T40, Vodafone Smart Mini 875 cihazları ile yapılmıştır”* ile *“Yoğun data kullanımında pil ömrünü yaklaşık %25’e kadar uzatır”*ifadelerine,

Diğer taraftan, reklamların ikinci versiyonunda ana vaat olarak ***“…Türkiye’nin pil ömrünü en çok uzatan operatörü Vodafone! İşte kanıtı: Vodafone Akıllı Kapsama Teknolojisinin pil ömrünü yaklaşık %25’e kadar uzattığı bağımsız kuruluşlarca test edildi onaylandı. Üstelik bazı telefonlarda değil, tüm akıllı telefonlarda…”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında yer verilen; ***“…Telefonla değil Vodafone’la dedi fırlama…”*** ifadesi ile Türkçe dilinin düzeysiz, kaba ve argo biçimde kullanıldığı, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/f, 7/a ve 18 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2014/1592**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Böyle operatöre şarj mı dayanır?”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22-30 Kasım 2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler: “Böyle operatöre şarj mı dayanır?”** başlıklı televizyon reklamlarda ana vaat olarak yer verilen;***“Bu aralar herkes akıllı telefon şarjlarından bahsediyor. Hâlbuki hepimiz aynı teknolojiyi kullanıyoruz. Bir operatör şarjım daha uzun gidiyor diyor. Bir diğeri hayır benimki daha uzun gidiyor diyor. Biz de diyoruz ki Avealıların şarjı daha çabuk bitiyor. Çünkü Türkiye’de kişi başına en çok Avealılar konuşuyor. Avealılar dünya ortalamasının iki katı kadar internete giriyor. Türkiye’de kişi başına en çok mesajı onlar atıyor. Haliyle Avealıların şarjı diğer operatörlere göre biraz erken bitiyor. Ayrıca Avealılar bilir şarjı; ekran parlaklığı, arka planda çalışan programlar, sürekli açık bluetooth, bildirimler, titreşim, vs. bitirir. Avealılar şunu da bilir konuş konuş şarj biter, şarja takarsın geçer.”*** ifadelerine, altyazı olarak ise; *“Tüm operatörler tarafından 3G HSPA+ teknolojisi kullanılmaktadır. BTK raporları kapsamında ve Cisco GMDTFU 2013-2018 raporu akıllı telefon internet kullanım değeriyle Avea 3G şebekesinden akıllı telefon ile ayda 1 MB’den fazla internet kullanımı yapan aktif müşterilerin karşılaştırılması suretiyle oluşturulmuştur. Detaylar avea.com.tr’de”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında ana vaat olarak yer verilen;***“Bu aralar herkes akıllı telefon şarjlarından bahsediyor. Hâlbuki hepimiz aynı teknolojiyi kullanıyoruz. Bir operatör şarjım daha uzun gidiyor diyor. Bir diğeri hayır benimki daha uzun gidiyor diyor. Biz de diyoruz ki Avealıların şarjı daha çabuk bitiyor. Çünkü Türkiye’de kişi başına en çok Avealılar konuşuyor. Avealılar dünya ortalamasının iki katı kadar internete giriyor. Türkiye’de kişi başına en çok mesajı onlar atıyor. Haliyle Avealıların şarjı diğer operatörlere göre biraz erken bitiyor. Ayrıca Avealılar bilir şarjı; ekran parlaklığı, arka planda çalışan programlar, sürekli açık bluetooth, bildirimler, titreşim, vs. bitirir. Avealılar şunu da bilir konuş konuş şarj biter, şarja takarsın geçer.”*** ifadelerine, altyazı olarak ise; *“Tüm operatörler tarafından 3G HSPA+ teknolojisi kullanılmaktadır. BTK raporları kapsamında ve Cisco GMDTFU 2013-2018 raporu akıllı telefon internet kullanım değeriyle Avea 3G şebekesinden akıllı telefon ile ayda 1 MB’den fazla internet kullanımı yapan aktif müşterilerin karşılaştırılması suretiyle oluşturulmuştur. Detaylar avea.com.tr’de”*ifadeleri ile cep telefonlarının pil ömrüne ilişkin sorunun kaynağının tamamen tüketicilerin kullanım tarzları, kullanılan cihazlar ve cihazlarda yüklü uygulamalar olduğu belirtilerek, sektörde faaliyet gösteren diğer operatörler tarafından kullanılan teknolojilerinin akıllı telefonlarda pil ömrünü uzattığına ilişkin anılan firmaların reklamlarında yer verilen bilgilerin doğru olmadığı, dolayısıyla söz konusu firmaların tüketicileri yanılttığı iddia edilmesine rağmen; diğer operatörlerin kullandığı bazı teknolojilerin pil ömrünü uzattığına ilişkin bilimsel nitelikteki ispatlayıcı belgelerin bulunduğu dikkate alındığında reklamlarınızda yer alan ifadeler diğer GSM operatörlerinin kötülendiği ve anılan reklamlarda ***“Bu aralar herkes akıllı telefon şarjlarından bahsediyor. Hâlbuki hepimiz aynı teknolojiyi kullanıyoruz”, “Tüm operatörler tarafından 3G HSPA+ teknolojisi kullanılmaktadır”*** ifadelerine yer verilerek, tüketicilerin yanıltıldığı ve firmanızı teknolojik altyapı olarak daha önde bulunan diğer operatörler ile eşdeğer göstererek rakip firmaların ticari itibarlarından haksız faydalanıldığı,

Ayrıca, diğer GSM operatörlerinin altyapısında bulunan FACH, PCH & Fast Dormancy gibi teknolojiler, firmanız altyapısında bulunmamasına rağmen, anılan reklamlarda ***“…Hâlbuki hepimiz aynı teknolojiyi kullanıyoruz…”*** ifadelerine yer verilerek, tüketicilerin yanıltıldığı ve firmanız teknolojik altyapı olarak daha önde bulunan diğer operatörler ile eşdeğer gösterilerek rakip firmaların ticari itibarlarından haksız faydalanıldığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu ve haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 11 inci, 13 üncü, 14 üncü, 15 inci ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**BANKACILIK VE SİGORTACILIK HİZMETLERİ**

**4)**

**Dosya No: 2014/1597**

**Şikâyet Edilen: Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“10 Alışverişten 1’i kadar Worldpuan Hediye”*** başlıklı kampanyaya ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.11.2014-18.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, sms, e-mail, çağrı merkezi, müşteri ekstreleri

**Tespitler: :** [www.vakifkart.com.tr](http://www.vakifkart.com.tr) adresli internet sitesinin 13.11.2014 tarihli görünümünün açılış sayfasında; “*10 alışverişten 1i kadar worldpuan HEDİYE. 5-30 Kasım 2014 tarihleri arasında farklı günlerde yapacağınız ilk 10 alışverişten biri kadar worldpuan Vakıfbank worldcarddan hediye! Kampanyaya katılmak için BEDAVA yaz, bir boşluk bırak, kartının son 6 hanesini 6635’e gönder”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tüketicilere gönderilen 06.11.2014 ve 18.11.2014 tarihli maillerde; “*10 alışverişten 1i kadar worldpuan HEDİYE. 5-30 Kasım 2014 tarihleri arasında farklı günlerde yapacağınız ilk 10 alışverişten biri kadar worldpuan Vakıfbank worldcarddan hediye! Kampanyaya katılmak için BEDAVA yaz, bir boşluk bırak, kartının son 6 hanesini 6635’e gönder”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Tüketicilere 05.11.2014 ve 15.11.2014 tarihlerinde sms yoluyla gönderilen reklamlarda, *“Vakıfbank worldcarddan 30 Kasıma kadar farklı günlerdeki 10 alışverişten 1i kadar worldpuan. BEDAVA yaz kartın son 6 hanesini 6635e gönder.* [*www.vakifkart.com*](http://www.vakifkart.com)*”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüm bu mecralarda yayınlanan reklamlar sebebiyle tüketicilerin kampanyaya katılmak için 6635’e sms göndermelerinden sonra, anılan banka tarafından; *“Katılımınız alınmıştır. Bedava kampanyasından* ***ilk 20.000 kişi yararlanacaktır****. Koşulları sağlamanız durumunda puanınız 9 Aralıkta yüklenip geri alım 19 Aralıktır”* şeklinde ifadelere ikinci mesajda yer verilerek; ana vaadin esaslı unsuru niteliğindeki kampanya koşulu hakkında tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Kaldı ki söz konusu banka tarafından anılan reklam kampanyasının tanıtıldığı tüm mecralarda “Kampanya detaylarının” yer aldığı ilgili internet sitesine yönlendirme yapıldığı iddia edilse de; “*ilk 20.000 kişi sınırı”* hususunun “bir detay” değil “ana vaadin esaslı unsuru” niteliğinde olduğundan dolayı, yayınlanan reklam içeriğinde tüketiciye doğrudan ilk anda sunulması gereken bir husus olduğu,

Bununla beraber anılan bankanın halihazırda 3 milyonu aşkın kredi kartı müşterisi olduğu göz önüne alındığında; tüketicilerin ilk etapta *“Kampanyadan sadece ilk 20.000 kişi yararlanır”* bilgisine sahip olsalardı taraf olmayacakları bir kampanyaya taraf olmaları konusunda ciddi bir bilgi eksikliği nedeniyle yanıltıldıkları; bununla beraber “ilk 20.000 kişi” ifadesinin tüm tüketiciler bakımından kaçıncı kişi olduklarını bilememeleri nedeniyle “10 alışveriş” koşulunu yerine getirmeleri bakımından tüketiciler açısından bir tereddüte neden olduğu ve bunun sonucunda tüketicileri alışveriş yapmaya sevk ettiği için söz konusu Banka lehine bir durum yaratan satış/pazarlama politikası uygulaması olduğu,

Banka tarafından yukarıda bahsedilen iddia karşısında, kampanyanın bitiminden sonra geçerli katılımların tespit edildiği ve bu doğrultuda son kazanım sağlayan müşterinin 17.11.2014 tarihinde mesaj atan 34.809 uncu sıradaki müşteri olduğu; bu durumunda tüketicilerin lehine bir uygulama olduğu belirtilmiş olmasına rağmen; Reklam Kurulu tarafından yapılan değerlendirmelerde; söz konusu kampanya mesajlarının anılan tarihten sonra da milyonlarca müşteriye gönderilmeye devam edildiği düşünüldüğünde, söz konusu “detay” olarak adlandırılan ana vaadin esaslı unsurunun eksik verilmesi sebebiyle hâlihazırda kampanyadan yararlanamayan birçok müşterinin mağdur olduğu,

Bu nedenle söz konusu hususların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5 inci maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**5)**

**Dosya No: 2013/344**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Molfix Bebek Bezi”***markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013, 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Tv, Dergi, Açıkhava, Gazete

**Tespitler:** *“Molfix Bebek Bezi”* markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif mecralarda*“Türkiye’nin en emici bebek bezi. (…)yeni molfix en emici bildiğiniz bebek bezlerinden çok daha emici.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

## **Değerlendirme/Karar:** *“Molfix Bebek Bezi”* markalı ürünlere ilişkin olarak muhtelif mecralardayer alan*“Türkiye’nin en emici bebek bezi. (…)yeni molfix en emici bildiğiniz bebek bezlerinden çok daha emici.”*iddiasına ilişkin olarak Bakanlığımızca akredite laboratuvarda yaptırılan test sonucunda ***“Türkiye’nin en emici bebek bezi”*** iddiasının geçerli olmadığının tespit edildiği, bu durumda reklamlardaki iddianın reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgeler ile bilimsel olarak ve şüpheye yer vermeyecek bir şekilde ispatlama noktasında yetersiz olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hayat Kimya Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **91.370-TL (Doksanbirbinüçyüzyetmiş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2014/757**

**Şikayet Edilen: Uzun İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hairman Şampuan+Serum Saç Bakım Seti”***markalı ürünlere ilişkin olarak [www.hairman-tr.org](http://www.hairman-tr.org) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Hairman Şampuan+Serum Saç Bakım Seti”* markalı ürünlere ilişkin olarak [www.hairman-tr.org](http://www.hairman-tr.org) adresli internet sitesinde *“Çıkarıyoruz! Hairman Şampuan. Bitkisel kök hücre teknolojisi. Günlük kullanıma uygun olup, içeriğindeki vitamin ve haircomplex h-8 sayesinde yoğun saç dökülmesine karşı olumlu sonuçlar nedeniyle sürekli kullanımı tavsiye edilir. -İlk kullanımdan itibaren etkisini gösterecektir. - Daha hızlı ve etkili sonuç için hairman serum birlikte kullanılması önerilir. Gerçek saç bakımı uzmanlar tavsiye ediyor! Etkinliği defalarca test edilmiştir!”* 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 *“Hairman Şampuan+Serum Saç Bakım Seti”* markalı ürünlere ilişkin olarak [www.hairman-tr.org](http://www.hairman-tr.org) 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 tüm bu ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu; ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı;

 Sonuç olarak inceleme konusu internet sitesinde yer alan anılan ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla bahsi geçen hususların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü 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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Uzun İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2014/758**

**Şikayet Edilen: Uzun İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Inanna Peloid”***markalı ürünlere ilişkin olarak [www.peloid.gen.tr](http://www.peloid.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2014 ve 26.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Inanna Peloid”* markalı ürünlere ilişkin olarak [www.peloid.gen.tr](http://www.peloid.gen.tr) adresli internet sitesinde *“%100 Doğal peloid çamuru cilt güzelliğiniz için geliştirildi. Yaza hazır olmanız için geliştirildi. Güneşten oluşan lekeler, doğumda oluşan lekeler, akne ve siyah noktalar, ciltte oluşan renklerde. % 100 dermotolojik doğal çamur. İnanna*[*peloid*](http://www.inannapeloid.com/)*, organik olmasının yanı sıra mineral yoğunluğu ve doğal yapısını uzun süre koruyan bir üründür. Cildiniz için kullanabileceğiniz etkili ve destekleyici bir üründür.* *Doğal jeolojik ve biyolojik olaylar sonucunda oluşan yer altı ve deniz kaynaklı organik veya inorganik maddeleri içeriğinde barındırır. Peloid terapi amaçlı kullanılan bir çamurdur.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ,[www.peloid.gen.tr](http://www.peloid.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan “*Güneşten oluşan lekeler, doğumda oluşan lekeler, akne ve siyah noktalar, ciltte oluşan renklerde.”* şeklindeki ifadenin “Kozmetik Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımına uygun olmadığı; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda anılan ürünlere ilişkin olarak yer alan ifadelerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde, *“%100 Doğal peloid çamuru cilt güzelliğiniz için geliştirildi. Yaza hazır olmanız için geliştirildi. % 100 dermotolojik doğal çamur. İnanna*[*peloid*](http://www.inannapeloid.com/)*, organik olmasının yanı sıra mineral yoğunluğu ve doğal yapısını uzun süre koruyan bir üründür. Cildiniz için kullanabileceğiniz etkili ve destekleyici bir üründür. Doğal jeolojik ve biyolojik olaylar sonucunda oluşan yer altı ve deniz kaynaklı organik veya inorganik maddeleri içeriğinde barındırır. Peloid terapi amaçlı kullanılan bir çamurdur.”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı, dolayısıyla bahsi geçen hususların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü 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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**8)**

**Dosya No: 2014/759**

**Şikayet Edilen: Uzun İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Ozoderm Saç Bakım Kürü”***markalı ürünlere ilişkin olarak [www.ozodermturkiye.com](http://www.ozodermturkiye.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2014, 25.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** **“Ozoderm Saç Bakım Kürü”** markalı ürünlere ilişkin olarak [www.ozodermturkiye.com](http://www.ozodermturkiye.com) adresli internet sitesinde *“Yeni Ozoderm Saç Bakım Kürü. Setimiz; kudret narı, atkestanesi, alfa lionelik asit, ALA Gama lionelik asit, GLA Ozone apricot oil, arı sütü ve propolis gibi besleyici, nemlendirici, antiseptik, anti fungal, anti bakteriyel özellikli ve temizleme gücü yüksek maddeler içermektedir. OZODERM SAÇ BESLEYİCİ SERUMU herzaman kuru saça uygulanmalı ve saç dökülmesine karşı hergün bir defa kullanılmalıdır. Saç dökülmesi olan bölgede, saçlarınızı, saç derinizi açığa çıkaracak şekilde ayırın sonra avucunuza döktüğünüz serumu sorunlu bölgede parmak uçlarınızla ile nazikçe masaj yaparak uygulayın.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Ozoderm Saç Bakım Kürü” markalı ürünlere ilişkin olarak [www.ozodermturkiye.com](http://www.ozodermturkiye.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Yeni Ozoderm Saç Bakım Kürü. Setimiz; kudret narı, atkestanesi, alfa lionelik asit, ALA Gama lionelik asit, GLA Ozone apricot oil, arı sütü ve propolis gibi besleyici, nemlendirici, antiseptik, anti fungal, anti bakteriyel özellikli ve temizleme gücü yüksek maddeler içermektedir. OZODERM SAÇ BESLEYİCİ SERUMU herzaman kuru saça uygulanmalı ve saç dökülmesine karşı hergün bir defa kullanılmalıdır. Saç dökülmesi olan bölgede, saçlarınızı, saç derinizi açığa çıkaracak şekilde ayırın sonra avucunuza döktüğünüz serumu sorunlu bölgede parmak uçlarınızla ile nazikçe masaj yaparak uygulayın.”* şeklindeki ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu; ancak bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı;

Bununla birlikte söz konusu internet sitesinde *“*…*antiseptik, anti fungal, anti bakteriyel özellikli ve temizleme gücü yüksek maddeler içermektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak tanıtımlarda yer alan ***“Antiseptik ve 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 yapıldığıve anılan tanıtımlardaki ***“Anti fungal”*** ifadesinin sağlık beyanı olduğu, dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri,

-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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**9)**

**Dosya No: 2014/760**

**Şikayet Edilen: Uzun İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Dexe Tarak”***markalı ürünlere ilişkin olarak [www.dexetarak.gen.tr](http://www.dexetarak.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2014, 26.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Dexe Tarak”* markalı ürünlere ilişkin olarak [www.dexetarak.gen.tr](http://www.dexetarak.gen.tr) adresli internet sitesinde *“Beyaz saçlarınıza elveda! Dexe 5’li saç bakım seti. Ağarmış, yıpranmış, beyazlamış, parlaklığını yitirmiş saçlarınız Dexe 5’li bakım kürü sayesinde artık sorun olmaktan çıkıyor. Artık saçlarınızı korumak ve canlı tutmak için size zaman ve para kaybettirecek ürünlere gerek yok. Dexe ile saçlarınızı tam olarak koruma altına alarak, saçlarınızla ilgili her ne sorununuz olursa olsun, çözümünü 5’li Dexe Set’te bulacaksınız. Saç bakımı, saç beyazlaması ve saç dökülmesi sorunlarınıza etkili çözüm arıyorsanız doğru yerdesiniz. Dexe Tarak ve Dexe 4' li Bakım Seti ile saçlarınıza doğru yöntemler ile bakım uygulayarak dökülme, kırılma ve beyazla gibi saç problemlerine çözüm bulabilirsiniz. Saçlarınızı korumak mı istiyorsunuz? Bu özel kampanyayı kaçırmayın! Dexe ve Dexe Tarak ile saç bakımınızı kendiniz yapabilir ve saç sorunlarına karşı önlem alabilirsiniz. Kullanması çok kolay. Saçlarınız ağarıyor, dökülüyor ya da kepek sorunu mu yaşıyor sunuz? Cansız ve mat saçlarınızı tekrar canlandırmak ve parlaklık kazandırmak mı istiyorsunuz? Kafanızda kaşıntı ve pul pul deri dökülmesi ya da yağlanma sorunu mu yaşıyorsunuz? Genellikle çevresel faktörlerden, yediklerinizden ya da metabolizmanız ile ilgili nedenlerden kaynaklanan tüm sorunlarınız için, Dexe 5×5 Seti kullanabilirsiniz. Kepek sorunu, saçların ağarması (beyaz saçlar), saç dökülmesi, saçların gittikçe daha cansız ve mat bir görünüm kazanması ya da kaşıntı gibi rahatsız edici ve sosyal yönden sizi sıkıntıya sokacak sorunların çözümlerini birleştirip tek bir paketle size sunduk. Düzenli bir şekilde Dexe 5x5 Set kullanın, istediğiniz o güzel saçlara kavuşun. Noter onaylı 5 dk. Değişim. Şaçlarınız beyazlamaya başladı ise Dexe Beyazlık Giderici Tarak kullanın. İstediğiniz saç rengine 5 ile 10 dakika arasında ulaşmış olacaksınız. Saç Besleyici Şampuan; Saçları sadece temizlemek değil, aynı zamanda güçlendirip canlandırmak amacıyla geliştirilmiştir. Saç Canlandırıcı Losyon Elinizi saçınıza götürdüğünüzde, tarak ile saçlarınızı taradığınızda ya da banyoda normalden fazla saçınızı dökülmüş görüyorsanız, kıyafetlerinizin üzerinde devamlı saçlar mevcutsa ya da saçlarınızda seyrelme farkettiyseniz, saçlarınız normal dışı bir dökülme sürecine girmiş demektir ve bunun sonucunda da kellik sorunu ile karşı karşıya kalabilirsiniz. Birçok nedene dayanan ama temelde genetik bir sorun olan bu tür bir saç dökülmesi sonucunda saç kökleriniz canlılıklarını yitirir ve yeni saç çıkarma görevini yerine getiremez hale gelir. Bu tip sorunlarınıza Dexe Loss Serum' u destekleyici olarak kullanabilirsiniz. Saç Beyazlık Giderici Losyon Her insan yaşlanmaktan korkar ve yaşlandıkça eski günlerini özler. Yine her insan yaşlandığını en çabuk saçlarından anlar. Saçlar beyazlamaya başladığı anda insan vücudu "Artık yaşlısın" mesajı verir ve bu da birçok insanda psikolojik yönden sıkıntı yaratır. Saçların beyazlaması ise her zaman ileri yaşlarda olan bir durum değildir. Bazı insanlarda 20′li yaşlarda, bazı insanlarda 30′lu yaşlarda ve birçok insanda ise 40 yaş ve üzerinde görülmeye başlanan saçların ağarması ya da saçların beyazlaması, hem bize hem de çevremizdeki yaşlandığımız mesajını verir. Vücudumuzun en görünen yeri olan başımızda başlayan bu "Yaşlanma" mesajı ile insanları karşılamak çoğu zaman sabah kalktığımızda suratımıza tokat gibi inen bir mesajdır. Böyle bir durum yaşamaya başladığınız anda geriye iki çözüm kalmaktadır; Saçlarınızı boyamak ya da Dexe Saç Beyazlık Giderici Losyonu kullanmak… Dexe Beyazlık Giderici ürünü 4 veya 8 hafta boyunca her gün uygulayın. Saç Besleyici Maske Egzoz dumanı, hava kirliliği, stres, yanlış şampuan ya da saç bakım uygulamaları, düzensiz ve dengesiz beslenme, vitamin eksikliği ya da bunlar gibi birçok neden saçlarınızın güçsüzleşmesine neden olur. Önce incelen saçlar zamanla canlılıklarını ve parlaklıklarını kaybetmeye başlar. Devamlı olarak dış etkenlere maruz kalan, bunun üzerine bir de yanlış bakım uygulamaları ile karşılaşan saçlar bir süre sonra hasta ve bitkin düşmeye mecburdurlar. Her gün biraz daha direnç kaybeden ve güçsüzleşen saçlarınızı tüm bu çevresel faktörlerden ve yanlış uygulamalardan dolayı ortaya çıkan sorunlar için Dexe Saç Maskesini kullanabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

 **Değerlendirme/Karar:** Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımının; ***“İnsan vücudunun epiderma, tırnaklar, kıllar, saçlar, dudaklar ve dış genital organlar gibi değişik dış kısımlarına, dişlere ve ağız mukozasına uygulanmak üzere hazırlanmış, tek veya temel amacı bu kısımları temizlemek, koku vermek, görünümünü değiştirmek ve/veya vücut kokularını düzeltmek ve/veya korumak veya iyi bir durumda tutmak olan bütün preparatlar veya maddeleri”*** biçiminde olduğu göz önünde bulundurulduğunda [www.dexetarak.gen.tr](http://www.dexetarak.gen.tr) adresli internet sitesinde 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 ürünlere ilişkin olarak yer alan ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği ve söz konusu internet sitesinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı, dolayısıyla bahsi geçen hususların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**10)**

**Dosya No: 2014/761**

**Şikayet Edilen: Uzun İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Relax Ten Cihazı”***markalı ürüne ilişkin olarak [www.tenscihazi.com](http://www.tenscihazi.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2014, 28.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Relax Ten Cihazı” markalı ürüne ilişkin olarak [www.tenscihazi.com](http://www.tenscihazi.com) adresli internet sitesinde, *“TENS uyarıcı elektrik akımlarıyla sinirlerin uyarılmasına denilir. Elde taşınabilecek kadar küçük bir cihazla vücudun ağrıyan kesimlerindeki sinirler uyarılarak ağrıların hafiflemesi sağlanır. Aynı zamanda kasların istem dışı çalıştırılması ile kaslardaki şekerin yakılması, fazla kalorilerin harcanmasını ve kasların güçlenmesini sağlar. Tens cihazı bu etkisinden dolayı pasif jimnastikte ve fizik tedavide yoğun olarak tercih edilir. Güzellik merkezlerinde zayıflama yöntemi olarak (petli zayıflama) ve selülit tedavisi olarak kullanılır. Tens, alçak frekans yüksek akımla (acıtacak dereceden hafif, fakat elektrod altlarında kasların hareketleri görlecek şekilde) kullanıldığında, beyindeki vücut ağrı kontrom sistemi harekete geçirir. ENDORPHINE gibi vücudun ağrı hafifletici ve vücuttaki kan dolaşımını arttırıcı maddelerin üretimi artar. Tens sayesinde sinr sisteminde vücudun kendine ait ağrı hafifletici ve ağrı impuslarının beyne iletilmesini önleyici aktivitenin uyarıldığı ispat edilmiştir. Biz çok farkında olmasak da vücudumuzdan, beyin, kalp, kas ve sinir sistemimiz vasıtası ile düşük bir elektrik akımı yayılır. Bu akıma biyoelektrik denir. Bazen statik elektrik yüklü bir malzemeyi tutarken (örn; araba kapısı gibi) elektrik çarpmasının sebebi budur. Vücudumuzun ürettiği biyoelektrik yaşamsal faaliyetlerimizde çok önemli bir oynar. Dışarıdan vücuda uygulanan elektrik akımlarına karşı vücudumuz reaksiyon ve uyarılar gösterir. Vücudumuza uygulanan bu elektrik akımları vasıtası ile yapılan tedavi TENS'tir. Bu terapi sayesinde uyguladığımız bölgedeki kaslarda farklı boyutlarda ve farklı devamlılıkta kasılma ve gerilme olur. Bu kasılma ve gerilmeler o bölgedeki kan dolaşımının hızlanmasını sağlarlar. Bu etki o bölgedeki hormonların artmasına ve beyin ve sinir sistemimizin tepki vermesine sebep olur. Bu etkisi ile TENS sayesinde sinir sisteminde vücudun kendine ait ağrı hafifletici ve ağrı impulslarının beyine iletilmesini önleyici aktivitelerin uyarıldığı ispat edilmiştir. Kullanım Alanları; bel ve boyun fıtıkları, romatizma, omuz ağrıları, bel tutulması, eklem ağrıları, boyun ağrıları, bel ağrıları, kireçlenme, siyatik, migren, belde ve boyun bölgesinde disk kayması”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

 **Değerlendirme/Karar:** “Relax Ten Cihazı” markalı ürüne ilişkin olarak [www.tenscihazi.com](http://www.tenscihazi.com) adresli internet sitesinde yukarıda belirtilen ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı,

Bununla birlikte, Tıbbi Cihaz Yönetmeliği’nin *“Piyasaya arz ve hizmete sunum”* başlıklı 4 üncü maddesi, *“Temel gerekler”* başlıklı 5 inci maddesi ve *“Kayıt sistemi”* başlıklı 14 üncü maddesi gereği tıbbi cihazlara ilişkin belgelerin **(EC Sertifikası- Uygunluk Beyanı- Kullanım Kılavuzu- Etiket Bilgisi)** Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası (TİTUBB) sistemine kaydedilerek kayıt bildirim onayının alınması gerekmesine rağmen söz konusu ürüne ilişkin olarak böyle bir belgenin Bakanlığımıza sunulmadığı,

Diğer taraftan anılan ürünün gazete, radyo, televizyon, telefon aracılığıyla ya da kapıdan veya internet üzerinden satışı yapılamayacak ürünler sınıfında olmasına rağmen [www.tenscihazi.com](http://www.tenscihazi.com) adresli internet sitesinden satışının yapıldığı, dolayısıyla bahsi geçen hususların;

-Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 ve 26 ncı maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**11)**

**Dosya No: 2013/1138**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“Pamira”***markalı ürünlere ilişkin olarak www.pamira.com.tr adresli internet sitesinde; *“PAMİRA Banyo & WC Temizleyici sabun artığı ve kireç lekesi gibi banyo birikintileri dahil olmak üzere, banyolardaki en zor kirleri ve lekeleri aktif bir şekilde temizlemek için özel olarak formüle edilmiş çok etkin, hijyenik bir banyo temizlik ürünüdür. Zararlı aşındırıcı maddeler içermez. Kolayca durulanır, tortu bırakmaz. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur. Pamira Pas ve Kireç Temizleyici Kullanıldığı alanlarda, kireç tabakası oluşumunu ve kirlenmeyi geciktirir. Kireç tabakası oluşmuş elektrikli ev aletleri, çamaşır, bulaşık makinesi, ütü, su ısıtıcısı ve diğer mutfak eşyalarının kirecinin çözülmesinde mükemmel sonuç verir ve parlaklık sağlar. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur. Pamira Yüzey Temizleyici Kullanılan alanı ve kullanıcıyı korur. Bu özeliği sayesinde kullanılan alanda hijyen sağlar. Kullanıldığı her türlü alanda statik elektriklenmeyi önler, kirlenmeyi geciktirir. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur. Pamira Cam ve Mobilya Temizleyicisi Oluşturduğu film tabakası sayesinde kirlenmeyi ve tozlanmayı geciktirir. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur. Pamira Bitkisel Duş Jeli Biberiye Ekstratlı Biberiye ekstratı ile zenginleştirilmiş PAMİRA Duş Jeli -Selülit oluşumunu engeller ve mevcut selülitlerin görünümünü azaltır. –İnceltir ve sıkılaştırır. -Bitkisel gliserinli etkisi ile cildinize ipeksi bir yumuşaklık verir. Vücutta bakteri oluşumunu engelleyerek derinlemesine hijyen sağlar. Ciltte mantar oluşumunu engeller. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur. Pamira Bitkisel Duş Jeli Greyfurt Ekstratlı Vücutta bakteri oluşumunu engelleyerek derinlemesine hijyen sağlar. Ciltte mantar oluşumunu engeller. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. Pamira Bitkisel Şampuan Boyalı Saçlar PAMİRA Saç Şampuanı ağır yüzey aktif maddeler içermez. İçerdiği atkuyruğu (kırkilit otu ismiyle de bilinir), ceviz yaprağı exstraktı ile yoğunlaştırılmış saç güçlendirici özel renk bakım komplex’i ile: •Saç renginizi uzun süre korur. •Boyanın saçlarınıza hasar veren kalıntılarını yok ederek göz alıcı bir parlaklık sağlar. •İçeriğinde bulunan bitkisel steroller yardımıyla da saç köklerinize etki ederek yaşlanma, hormonal ve genetik faktörlerden kaynaklanan saç dökülmesini tamamen durdurur. •Saç kök hücrelerini aktif hale getirir. •Saç ve saç derisini yapılandırır. Bakterilere karşı koruma sağlayarak, saçları derinlemesine temizler. Antialerjiktir. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. Antistatiktir. Pamira Bitkisel Şampuan Normal Saçlar PAMİRA Saç Şampuanı ağır yüzey aktif maddeler içermez. İçerdiği biberiye, ısırgan, defne yaprağı extraktları ile yoğunlaştırılmış özel saç komplex’i ile: •İçeriğinde bulunan bitkisel steroller yardımıyla da saç köklerine etki ederek yaşlanma, hormonal ve genetik faktörlerden kaynaklanan saç dökülmesini tamamen durdurur. •Saç kök hücrelerini aktif hale getirir. •Saç ve saç derisini yapılandırır. •Saç derinizi uyararak saçını beslediği gibi parlaklaştırır. Bakterilere karşı koruma sağlayarak, saçları derinlemesine temizler. Antialerjiktir. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. Antistatiktir. PAMİRA Sıvı El Sabunu Mısır yaprağı, ada çayı bitkisi ve kırk kilit otundan elde edilen özel bakım kompleksi ile ellerinizdeki yaşlanmayı önler. Özellikle tuvalet sonrası ve herhangi bir şekilde bulaşan bakterilere karşı koruma sağlar. Ciltte mantar oluşumunu engeller. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. PAMİRA Akneli Ciltler İçin Kil Maskesi, içeriğindeki yara iyileştirici ve akne kurutucu özellikleri içeren bitki ekstreleriyle cildin yeniden yapılanmasına yardımcı olur. Cildten toksinleri atarak cildimizi rahatlatır. Kırışıklıkları giderir, sarkmaları önler. Peeling etkisi ile cildi temizler, siyah noktaları yok eder, sıkılaştırır ve besler. PAMİRA Normal Ciltler İçin Kil Maskesi, içerdiği özel bitki ekstreleriyle günlük yaşam stresinden yorgun düşmüş, yıpranmış ciltler için iyi bir koruyucu ve tedavi edici bir maskedir. Cildten toksinleri atarak cildimizi rahatlatır. Kırışıklıkları giderir, sarkmaları önler. Peeling etkisi ile cildi temizler, siyah noktaları yok eder, sıkılaştırır ve besler. PAMİRA Yumuşatıcılı Çamaşır Sıvısı özel yumuşatıcılı formülü ile temizleme ve leke çıkarma gücüne sahiptir. Doğal içeriği sayesinde kumaşa zarar vermediği için çamaşırlarınızın rengini korur. Kokusu ve yumuşatıcılığı sayesinde yumuşatıcı kullanmanıza gerek kalmaz. Sıvı formülü sayesinde kolay durulanır, giysilerinizde kalıntı bırakmaz. Çamaşır makinenize dosttur. Makinanızda tortu bırakmaz. Pamira Yaka Spreyi Doğal içeriği sayesinde yakalarda oluşan yağı, kiri kumaşa zarar vermeden kolayca çıkarılmasını sağlar.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Pamira” markalı ürünlere ilişkin olarak www.pamira.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“****PAMİRA Banyo & WC Temizleyici*** *sabun artığı ve kireç lekesi gibi banyo birikintileri dahil olmak üzere, banyolardaki en zor kirleri ve lekeleri aktif bir şekilde temizlemek için özel olarak formüle edilmiş çok etkin, hijyenik bir banyo temizlik ürünüdür. Zararlı aşındırıcı maddeler içermez. Kolayca durulanır, tortu bırakmaz. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur.* ***Pamira Pas ve Kireç Temizleyici****, kullanıldığı alanlarda, kireç tabakası oluşumunu ve kirlenmeyi geciktirir. Kireç tabakası oluşmuş elektrikli ev aletleri, çamaşır, bulaşık makinesi, ütü, su ısıtıcısı ve diğer mutfak eşyalarının kirecinin çözülmesinde mükemmel sonuç verir ve parlaklık sağlar. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur.* ***Pamira Yüzey Temizleyici****, kullanılan alanı ve kullanıcıyı korur. Bu özeliği sayesinde kullanılan alanda hijyen sağlar. Kullanıldığı her türlü alanda statik elektriklenmeyi önler, kirlenmeyi geciktirir. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur.* ***Pamira Cam ve Mobilya Temizleyicisi,*** *oluşturduğu film tabakası sayesinde kirlenmeyi ve tozlanmayı geciktirir. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur.* ***Pamira Bitkisel Duş Jeli Biberiye Ekstratlı****, biberiye ekstratı ile zenginleştirilmiş PAMİRA Duş Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. Biyodegradasyona uğrar. Toprakta ve suda çözünerek, birikim yapmaz. Doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur.* ***Pamira Bitkisel Duş Jeli Greyfurt Ekstratlı****, ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz.* ***PAMİRA Sıvı El Sabunu****, mısır yaprağı, ada çayı bitkisi ve kırk kilit otundan elde edilen özel bakım kompleksi ile ellerinizdeki yaşlanmayı önler. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz.* ***PAMİRA Akneli Ciltler İçin Kil Maskesi****, ciltten toksinleri atarak cildimizi rahatlatır. Kırışıklıkları giderir, sarkmaları önler. Peeling etkisi ile cildi temizler, sıkılaştırır ve besler.* ***PAMİRA Normal Ciltler İçin Kil Maskesi****, içerdiği özel bitki ekstreleriyle günlük yaşam stresinden yorgun düşmüş, yıpranmış ciltler için iyi bir koruyucu ve (…) Ciltten toksinleri atarak cildimizi rahatlatır. Kırışıklıkları giderir, sarkmaları önler. Peeling etkisi ile cildi temizler, sıkılaştırır ve besler.* ***PAMİRA Yumuşatıcılı Çamaşır Sıvısı****, özel yumuşatıcılı formülü ile temizleme ve leke çıkarma gücüne sahiptir. Doğal içeriği sayesinde kumaşa zarar vermediği için çamaşırlarınızın rengini korur. Kokusu ve yumuşatıcılığı sayesinde yumuşatıcı kullanmanıza gerek kalmaz. Sıvı formülü sayesinde kolay durulanır, giysilerinizde kalıntı bırakmaz. Çamaşır makinenize dosttur. Makinanızda tortu bırakmaz.* ***Pamira Yaka Spreyi****, doğal içeriği sayesinde yakalarda oluşan yağı, kiri kumaşa zarar vermeden kolayca çıkarılmasını sağlar.”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde, “***Pamira Bitkisel Duş Jeli Biberiye Ekstratlı,*** *biberiye ekstratı ile zenginleştirilmiş PAMİRA Duş Jeli -Selülit oluşumunu engeller ve mevcut selülitlerin görünümünü azaltır. –İnceltir ve sıkılaştırır. Ciltte mantar oluşumunu engeller.* ***Pamira Bitkisel Duş Jeli Greyfurt Ekstratlı,*** *ciltte mantar oluşumunu engeller.* ***PAMİRA Sıvı El Sabunu,*** *ciltte mantar oluşumunu engeller.* ***PAMİRA Akneli Ciltler İçin Kil Maskesi,*** *içeriğindeki yara iyileştirici ve akne kurutucu özellikleri içeren bitki ekstreleriyle cildin yeniden yapılanmasına yardımcı olur. (…)siyah noktaları yok eder.* ***PAMİRA Normal Ciltler İçin Kil Maskesi,*** *…tedavi edici bir maskedir. (…)siyah noktaları yok eder.”* şeklinde 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,

***“Pamira Bitkisel Duş Jeli Biberiye Ekstratlı”, “Pamira Bitkisel Duş Jeli Greyfurt Ekstratlı****”* isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda “*Vücutta bakteri oluşumunu engelleyerek derinlemesine hijyen sağlar.”* şeklinde *ve* ***“PAMİRA Sıvı El Sabunu”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Özellikle tuvalet sonrası ve herhangi bir şekilde bulaşan bakterilere karşı koruma sağlar.”* şeklinde “biyosidal ürünler” için kullanılabilecek ifadelere yer verildiği, 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,

Bununla birlikte söz konusu internet sitesinde yer alan, ***“Pamira Bitkisel Şampuan Boyalı Saçlar,*** *PAMİRA Saç Şampuanı ağır yüzey aktif maddeler içermez. İçerdiği atkuyruğu (kırkilit otu ismiyle de bilinir), ceviz yaprağı exstraktı ile yoğunlaştırılmış saç güçlendirici özel renk bakım komplex’i ile: •Saç renginizi uzun süre korur. •Boyanın saçlarınıza hasar veren kalıntılarını yok ederek göz alıcı bir parlaklık sağlar. •İçeriğinde bulunan bitkisel steroller yardımıyla da saç köklerinize etki ederek yaşlanma, hormonal ve genetik faktörlerden kaynaklanan saç dökülmesini tamamen durdurur. •Saç kök hücrelerini aktif hale getirir. •Saç ve saç derisini yapılandırır. Bakterilere karşı koruma sağlayarak, saçları derinlemesine temizler. Antialerjiktir. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. Antistatiktir.* ***Pamira Bitkisel Şampuan Normal Saçlar,*** *PAMİRA Saç Şampuanı ağır yüzey aktif maddeler içermez. İçerdiği biberiye, ısırgan, defne yaprağı extraktları ile yoğunlaştırılmış özel saç komplex’i ile: •İçeriğinde bulunan bitkisel steroller yardımıyla da saç köklerine etki ederek yaşlanma, hormonal ve genetik faktörlerden kaynaklanan saç dökülmesini tamamen durdurur. •Saç kök hücrelerini aktif hale getirir. •Saç ve saç derisini yapılandırır. •Saç derinizi uyararak saçını beslediği gibi parlaklaştırır. Bakterilere karşı koruma sağlayarak, saçları derinlemesine temizler. Antialerjiktir. Ciltte hassaslaşmaya, tahrişe ve herhangi bir alerjik reaksiyona neden olmaz. Antistatiktir.”* şeklindeki ifadeler ve benzeri iddialar aracılığıyla anılan ürünlerin 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, dolayısıyla söz konusu reklâm ve tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 ve 38 inci maddeleri,

- 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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**12)**

**Dosya No: 2014/1348**

**Şikayet Edilen: Glaxosmithkline İlaçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Air Wick”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** Market içi raflar, ürün ambalajı

**Tespitler:** “Air Wick” markalı ürüne ilişkinmağaza içi materyallerde yer alan tanıtımlarda *“1 Air Wick otomatik spery= 55 manuel sprey\* \*Air Wick kullanım süresine göre"* ve ürün ambalajında *" gün boyu kalıcı”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“1 Airwick otomatik sprey= 55 manuel sprey”* iddiasına yönelik sunulan test raporunda otomatik sprey sıkma sayısının manuel spreye göre 67 kat fazla olduğu sonucuna varılarak iddianın doğruluğunun ispatlandığı, bu durumun GFK Tüketici Araştırması sonuçları ile tüketiciler nezdinde desteklendiği, ayrıca ifadenin sadece Airwick ürünlerinin ve logosunun yer aldığı market içi raflarda kullanıldığı ve Airwick otomatik ve manuel sprey ürünleri arasında yapılan bir karşılaştırma içerdiğinin açıkça anlaşıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların haksız rekabet yaratıcı bir unsur teşkil etmediği, diğer taraftan “gün boyu kalıcı” iddiasının da sunulan test raporun ile Airwick aerosol ürünlerinin yüzeye sıkıldıktan 16 saat sonra dahi kokusunun devam ettiğinin kanıtlandığı, böylece gün boyu kalıcı bir kokuya sahip olduğu algısının yanıltıcı olmadığı, dolayısıyla söz konusu ispata muhtaç iddiaların bilimsel raporlar ile kanıtlandığı dolayısıyla anılan tanıtımlarda herhangi bir aykırılık bulunmadığı, bu nedenle söz konusu ürüne ilişkin inceleme konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi ile mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2014/1401**

**Şikayet Edilen: Ada Rüzgarı- Kemalettin YÜCE**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi

**Tespitler:** [www.adaruzgari.com](http://www.adaruzgari.com) adresli internet sitesinin 10.12.2014 tarihli görünümünde; “*Kantaron Sabunu: Tüm cilt hastalıklarına önerilir. Ciltteki kırışıklık ve çillerin giderilmesini sağlar. Cilt lekelerine iyi gelir. Kan dolaşımını hızlandırır. Kükürt Sabunu: Ciltteki ölü tabakayı soyarak zararlı organizmaların ciltten arınmasını sağlar. Pürüzsüz bir görüntü edilir. Çok yağlı ciltlerde yağlanmanın giderilmesinde akneli ciltlerde kaşıntı gibi hastalıklarda tedavi etkisi vardır. Gelincik Sabunu: Antioksidan etkisi cildi temizler ve tazeler. Gözaltı morluklarını azaltmaya yardımcı olur. Keçi Sütü Sabunu: Keçi Sütü Sabununun pH seviyesi insan cildine benzer, bu nedenle Keçi Sütü Sabunu bakteri ve kimyasal maddelere karşı cildi korur. Keçi Sütü Sabununun nemlendirici etkisi sıradan kalıp sabunlardan çok daha üstündür. Çünkü keçi sütü doğal nemlendiricidir. El yapımı Keçi Sütü Sabunu hassas ciltler için yararlıdır, çünkü alkol, petrol gibi koruyucu katkı maddeleri içermez. Bu, ciltte tahriş ve alerjik reaksiyon riskini azaltır. Akneye eğilimli ciltler için Keçi Sütü Sabunu yararlıdır, çünkü içerdiği süt proteinleri akneye neden olan bakterileri öldürür. Keçi sütü alfa hidroksit asit içerir, bu asitler deri döküntüsü ve cildi ölü derilerden arındırır. Egzama kızarıklık ile kendini gösteren kaşıntılı bir deri hastalığıdır. Keçi sütünün doğal nemlendirici etkisi cildi rahatlatarak kaşınmayı azaltır. Yosun Sabunu: Selülit tedavisinde çok etkilidir. Deri altındaki yağlanmayı giderir. Sıkılaştırıcı, besleyici ve canlılık vericidir. Doğum öncesi ve sonrası çatlakları önleyici özelliğe sahiptir. Yağlı ve sivilceli cilt bakımında faydalıdır. Cilt lekelerini giderir. Her cilt tipine uygundur. Cilde masaj etkisi verir. Defne Sabunu: Defne sabunuyla tanışan şampuanı bırakıyor.21 günde dökülmeyen canlı, bakımlı ve iki kat hızlı uzayan mükemmel saçlara sahip olabilirsiniz. Defne sabunu ile vücuda yapılan masaj selüliti yok eder.Tüm cilt tipine uygun olan defne sabunu yüzyıllardır cilt bakımlarında kullanılır."* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 10.12.2014 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 sabun ürünlerine ilişkin ifadelerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği ve tüm bu ifadelerin ispata muhtaç olduğu halde kanıtlanmadığı,

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 7/a, 7/b, 7/c maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g 13, 21 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**14)**

**Dosya No: 2014/1370**

**Şikayet Edilen:** **PH Farma İlaç ve Kozmetik Sanayi Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi

**Tespitler**: [www.phfarma.com](http://www.phfarma.com) adresli internet sitesinde; “*Dental Complex Diş Macunu: L'rouge Dental Complex tadıyla da farklıdır. L'rouge dental complex'in içeriğindeki nane, papatya, mirra,ratanya, ekinezya ve adaçayı bitkilerinin tamamı antibakteriyeldir. Ayrıca, mirra kanamayı durdurur, ratanya doku büzücü etkilidir, papatya yaraların iyileşmesini sağlar, ekinezya vücudun doğal savunma mekanizmasını güçlendirir ve nane nefesi tazeler, ağız kokusunu giderir. Faydaları: diş eti hastalıkları, yapılan bilimsel araştırmalarda, dünya nüfusunun büyük bir bölümünü etkileyen önemli bir sorundur. Tüm vücudu olumsuz yönde etkileyebilecek bu hastalığın önlenmesinde ağız hijyeni ve bakımı son derece önem kazanmaktadır. L'rouge dental complex, içeriğindeki etkileri kanıtlanmış bitki özleri sayesinde ağız ve diş temizliğini en iyi şekilde sağlayarak ağız kokusuna karşı etkin koruma sağlamaya yardımcı diş macunudur. L'rouge Dental Complex, etkisini doğadan alır. Dental Complex Ağız ve Diş Suyu: Bitki özlerinden ve doğal nane aromasından oluşmuştur. Diş taşı oluşumunu geciktirmeye ve diş etini korumaya yardımcı olur. Diş eti hastalıklarına, diş eti kanamalarına, ağız kokusuna karşı etkin ve güvenli koruma sağlar. Nefesinizi tazeler, uzun süre ferah kalmaısnı sağlar. Dişlerimizi fırçaladıktan sonra ağzımızda tam anlamıyla bir hijyen sağlamış sayılmayız. L'rouge Dental Complex Ağız ve Diş Suyu ağzımızın geri kalan kısmını gargara yaparak tam hijyeni sağlamamıza yardımcı olur. Ayrıca, mirra kanamayı durdurur, ratanya doku büzücü etkilidir, papatya yaraların iyileşmesini sağlar, ekinezya vücudun doğal savunma mekanizmasını güçlendirir ve nane nefesi tazeler, ağız kokusunu giderir. L'rouge Whitening Cream SPF 20: Antipigmentasyon krem. Cilt Rengini Açıcı ve Cilt Tonunu Düzenleyici Özel Bakım. Koltukaltı ve özel bölgelerdeki renk ve ton farklılıklarını gidererek cilt rengi ile eşitlenmesine yardımcı olur. Bitkisel aktifler içeren özel formülasyonu ile cilt rengini açar, tonunu düzenler ve leke oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Cildin görünümünü ışıltılı kılar. Uniontan U34 cilde aydınlık vermek amacıyla, ölü hücrelerin doğal yolla atılımını sağlar. Ciltteki lekelerin tonunda açılma olur. Cilt aydınlık ve duru bir görünüme kavuşur. Whitessence cilt rengini açar, tonunu düzenler ve leke oluşumunu önler. Cilt nemlenir, mat görünüme sahip olur, tazelik ve rahatlık kazanır. Whitening Cream'deki SPF 20, UV ışınlarını bloke ederek leke oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Cildi tahriş etmeyen yumuşak bir formülü vardır. L'rouge Uniprotect 3X Cream SPF 20: Kahverengi lekelere karşı etkili bakım ve leke oluşumunu önlemeye yardımcı. Kahverengi lekelerin gözle görülür şekilde azalmasına ve tekrar oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Yaşlılık sebebiyle oluşan yaşlanma lekelerinin, güneş sebebiyle oluşan güneş lekelerinin, çillerin ve koyu renkli bölgenin ton farklılıklarının giderilmesine yardımcı olur. Lekeleri açarken, nemlendirme işlevi de görür. Güneş ışınları melanin sentezini uyararak leke oluşumunu destekler. Uniprotect 3X Kremdeki SPF 20, UV ışınlarını bloke ederek leke oluşumunun önüne geçmeye çalışır. Cildi tahriş etmeyen yumuşak bir formülü vardır. 90 gün düzenli kullanımda mevcut lekenin %92'sinin yok edilmesini sağlar. Aktif madde üzerine yapılan testlerde; düzenli kullanımda ve 90 günün sonunda mevcut lekenin %92'sini yok etmekle birlikte yeni leke oluşumunu önlediği görülmüştür. Feminite İntimate Gel: Maksimum koruma ve maksimum hijyeni pH dengesini koruyarak vajinal temizliği ve hijyeni sağlar. Yararları: vajinal hastalıklar oluşmadan önce korunma, akıntı, koku vb. durumların oluşumunu önlemeye yardımcı bakım. Yorgun Bacak Jeli L'rouge For Tired Legs Gel yorgun bacaklar için dinlendirici ve rahatlatıcı jel. Aşırı kilo hali, sürekli ayakta durmak, sürekli oturmak, egzersiz azlığı, menopoz, hamilelik, yaşlılık. Faydaları: Uzun süre ayakta durmak, egzersiz eksikliği, sıcak vb. nedenlerle ağırlaşmış hissedilen yorgun bacaklar için özel olarak geliştirilmiş formülü ile yorgun bacakların rahatlamasına yardımcı olur.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde 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; ayrıca tüm bu ifadelerin ispata muhtaç olduğu halde kanıtlanmadığı,

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 7/a, 7/b, 7/c maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g 13, 21 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**15)**

**Dosya No: 2014/1371**

**Şikayet Edilen:** **Propa Tüketim Ürünleri ve Pazarlama Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Eylül 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi

**Tespitler**: [www.hepsipropada.com](http://www.hepsipropada.com) adresli internet sitesinde; “*Feminine Intimate Gel Maksimum Koruma ve Maksimum Hijyen! pH dengesini koruyarak vajinal temizliği ve hijyeni sağlar. L’rouge Feminine Intimate Gel’in yararları: Vajinal hastalıklar oluşmadan önce korunma. Akıntı, koku, mantar ve benzeri rahatsızlıkların oluşumunu engellemeye ve oluşanları da gidermeye yardımcı bakım. Hastalıklar sırasında ise; tedaviyi destekleme ve tedavi süresini kısaltma görevlerini üstleniyor. Antibakteriyel El Temizleme Jeli  L`rouge El Temizleme Jeli, bakterileri suya, sabuna, havluya gerek bırakmadan 30 saniye içinde dezenfekte eder. Mantarlar, bakteriler ve virüslere karşı geniş bir spektruma sahiptir. Pratik, kullanışlı ve son derece etkilidir. Bakterilerin oluşmasını ve bir yerden bir yere taşınmasını engeller. Çabuk emilir ve uçar. Durulama gerektirmez. Evde, işyerinde Hastaneler, laboratuvarlar, hemodiyaliz üniteleri, ambulanslar, gıda sanayi, güzellik salonları, kuaförler, veterinerler, ilaç ve kozmetik sanayi vb. yolculukta ve özellikle okul, kreş, yuva gibi çocukların toplu olarak bulunduğu yerlerle birlikte hijyen ihtiyacı duyacağınız her yerde kulanabilirsiniz. L'rouge Foot Cream / Ayak Kremi Ayaklarınızın ferahlamasını ve rahatlamasını sağlayan etkili formül. Ayak kokusunu önlemeye yardımcı olur. Faydaları: L’rouge Foot Cream, her cilde uygun kompleks bir yapıya sahiptir. Özel formülündeki aktif kompleks yapı sayesinde doğal terlemeye mani olmadan fazla terlemeyi kontrol eder. Aynı zamanda  terin havayla teması sonucu ortaya çıkan bakterilerle mücadele ederek, fazla terlemeyle oluşan kötü kokuları önlemeye yardımcı olur. Cilt tarafından kolayca emildiğinden, uygulandığı bölgede yapışkanlık ve rahatsızlık hissi vermez. L’rouge Foot Cream’i gerektiğinde sık kullanmanın cilt sağlığı açısından hiçbir sakıncası yoktur. Ayrıca ayağa ferahlık hissi verir. Sağlıklı, pürüzsüz rahat ayaklar için günlük kullanıma uygundur. Banyodan sonra kuru cilde uygulandığında, daha sonra suya temas etse bile, etkisi tekrar kullanmaya gerek kalmadan uzun süre devam eder. L’rouge Uniprotect 3X Cream SPF 20 Antipigmentasyon Krem Kahverengi lekelere karşı etkili bakım ve leke oluşumunu önlemeye yardımcı. Kahverengi lekelerin gözle görülür şekilde azalmasına ve tekrar oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Yaşlılık sebebiyle oluşan, yaşlanma lekelerinin, güneş sebebiyle oluşan güneş lekelerinin, çillerin ve koyu renkli bölgenin ton farklılıklarının giderilmesine yardımcı olur. Lekeleri açarken, nemlendirme işlevi de görür. Güneş ışınları melanin sentezini uyararak leke oluşumunu destekler. Uniprotect 3X Krem’deki SPF 20, UV ışınlarını bloke ederek leke oluşumunun önüne geçmeye çalışır. Cildi tahriş etmeyen yumuşak bir formülü vardır. 90 gün düzenli kullanımda mevcut lekenin %92’sinin yok edilmesini sağlar. Aktif madde üzerinde yapılan testlerde; düzenli kullanımda ve 90 günün sonunda mevcut lekenin %92’sini yok etmekle birlikte yeni leke oluşumunu önlediği görülmüştür. L’rouge Whitening Cream SPF 20 Antipigmentasyon Krem. Cilt Rengini Açıcı ve Cilt Tonunu Düzenleyici Özel Bakım. Koltukaltı ve özel bölgelerdeki renk ve ton farklılıklarını gidererek cilt rengi ile eşitlenmesine yardımcı olur. Bitkisel aktifler içeren özel formülasyonu ile cilt rengini açar, tonunu düzenler ve leke oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Cildin görünümünü ışıltılı kılar. Uninontan U34 cilde aydınlık vermek amacıyla, ölü hücrelerin doğal yolla atılımını sağlar. Ciltteki lekelerin tonunda açılma olur. Cilt aydınlık ve duru bir görünüme kavuşur. Whitessence cilt rengini açar, tonunu düzenler ve leke oluşumunu önler. Cilt nemlenir, mat bir görünüme sahip olur, tazelik ve rahatlık kazanır. Whitening Cream’deki SPF 20, UV ışınlarını bloke ederek leke oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Cildi tahriş etmeyen yumuşak bir formülü vardır."* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde 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; ayrıca tüm bu ifadelerin ispata muhtaç olduğu halde kanıtlanmadığı,

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 7/a, 7/b, 7/c maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g 13, 21 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**16)**

**Dosya No: 2014/1609**

**Şikayet Edilen: Dr. Besnim Sağlık Ürünleri Ve Hizmetleri İlaç Kozmetik Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dr.besnim.com](http://www.dr.besnim.com)adresli internet sitesinde yer alan ***“Gazason Gaz Giderici Bebek Masaj Yağı”*** ve çeşitli kozmetik ürünleri ile gıda takviyelerine ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dr.besnim.com](http://www.dr.besnim.com) adresli internet sitesinde **“Gazason Gaz Giderici Masaj Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bebeğinizin karın bölgesine yapılacak masaj, bebeğin gaz ve gaz ağrılarını gidermeye yardımcı olarak bebeği rahatlatır. Bu ürünün tıbbi yararı geleneksel kullanıma ve literatüre dayanmaktadır”* ifadelerine, **“Besvita+ZnO Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bebeklerde koruma amaçlı ve pişik oluşumunda, yaşlı hastaların cilt lezyonları, güneş yanıkları ve isiliklerde. Besvita ZNO BİTKİ ÖZLÜ PİŞİK ÖNLEYİCİ KREM Pistachioterebinthus oil bitki özü ile Omega 3, Omega 6 yağ asitleri ihtiva eden, Antienflematuar etkiye sahip E vitamininden zengin, lanolin ve vazelin içerir. Klinik olarak test edilmiştir. Mikrobiyolojik kontrolden geçmiştir. Pişik bölgesinde hızlı bir rahatlama sağlar. Boyar madde ve kanserojen madde içermez. İlk günden itibaren etkin koruma sağlar. Pişik oluşmuş ise tedaviye yardımcıdır ve uygulanan tedavi süresini kısaltır”* ifadelerine, **“Colic-END Bitkisel Şurup”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ZENCEFİL YAĞI; Mide ve bağırsaklarda gaz birikmesini önleyici, iştah açıcı ve sindirimi kolaylaştırıcı, bağışıklık sisteminin güçlendirici, antiseptik özelliği ile kanın temiz kalmasını sağlayıcı, mide bulantılarını giderici,anti oksidan, rahatlatıcı etkiye sahiptir. DEREOTU YAĞI; Mide ve bağırsak gazlarını söktürücü, Hazmı kulaylaştırıcı, Hıçkırık ve hava yutmayı önleyici, İştah açıcı, rahatlatıcı, bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı etkiye sahiptir. KİMYON YAĞI; Gaz birikmesini önleyici, sindirimi kolaylaştırıcı, sakinleştirici, bağışıklık sistemini güçlendirici, iştah açıcı etkiye sahiptir. KRİSTAL MENTOL; Mide ve bağırsak gazlarını söktürücü, hazmı kolaylaştırıcı, mide ağrılarını rahatlatıcı ve safra akışını düzenleyici, rahatlatıcı etkiye sahiptir. Güvenle Bebeğinizin Rahatlamasına Yardımcı Olur. Yapay Tatlandırıcı, Yapay Renklendirici, Sakarin, Alkol İçermez”* ifadelerine ve ***“Besvita Diş Jeli”, “Besvita Göbek Bakım Seti”, “Mevita Gebelik Kremi”, “Multiver ACD Damla”, “Nisavit Göğüsucu Kremi”*** isimli kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin benzer ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan yer alan **“Gazason Gaz Giderici Bebek Masaj Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bebeğinizin karın bölgesine yapılacak masaj, bebeğin gaz ve gaz ağrılarını gidermeye yardımcı olarak bebeği rahatlatır. Bu ürünün tıbbi yararı geleneksel kullanıma ve literatüre dayanmaktadır”* ifadelerine, **“Besvita+ZnO Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bebeklerde koruma amaçlı ve pişik oluşumunda, yaşlı hastaların cilt lezyonları, güneş yanıkları ve isiliklerde. Besvita ZNO BİTKİ ÖZLÜ PİŞİK ÖNLEYİCİ KREM Pistachioterebinthus oil bitki özü ile Omega 3, Omega 6 yağ asitleri ihtiva eden, Antienflematuar etkiye sahip E vitamininden zengin, lanolin ve vazelin içerir. Klinik olarak test edilmiştir. Mikrobiyolojik kontrolden geçmiştir. Pişik bölgesinde hızlı bir rahatlama sağlar. Boyar madde ve kanserojen madde içermez. İlk günden itibaren etkin koruma sağlar. Pişik oluşmuş ise tedaviye yardımcıdır ve uygulanan tedavi süresini kısaltır”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, [www.drbesnim.com](http://www.drbesnim.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Colic-END Bitkisel Şurup”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ZENCEFİL YAĞI; Mide ve bağırsaklarda gaz birikmesini önleyici, iştah açıcı ve sindirimi kolaylaştırıcı, bağışıklık sisteminin güçlendirici, antiseptik özelliği ile kanın temiz kalmasını sağlayıcı, mide bulantılarını giderici,anti oksidan, rahatlatıcı etkiye sahiptir. DEREOTU YAĞI; Mide ve bağırsak gazlarını söktürücü, Hazmı kulaylaştırıcı, Hıçkırık ve hava yutmayı önleyici, İştah açıcı, rahatlatıcı, bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı etkiye sahiptir. KİMYON YAĞI; Gaz birikmesini önleyici, sindirimi kolaylaştırıcı, sakinleştirici, bağışıklık sistemini güçlendirici, iştah açıcı etkiye sahiptir. KRİSTAL MENTOL; Mide ve bağırsak gazlarını söktürücü, hazmı kolaylaştırıcı, mide ağrılarını rahatlatıcı ve safra akışını düzenleyici, rahatlatıcı etkiye sahiptir. Güvenle Bebeğinizin Rahatlamasına Yardımcı Olur. Yapay Tatlandırıcı, Yapay Renklendirici, Sakarin, Alkol İçermez”* şeklinde 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,

Bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde ***“Besvita Diş Jeli”, “Besvita Göbek Bakım Seti”, “Mevita Gebelik Kremi”, “Multiver ACD Damla”, “Nisavit Göğüsucu Kremi”*** isimli kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 24/3 maddesi,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Besnim Sağlık Ürünleri Ve Hizmetleri İlaç Kozmetik Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2014/1798**

**Şikayet Edilen: Yasemin BERBER**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.botamarket.net](http://www.botamarket.net) adresli internet sitesinde yer alan ***“Sedefix Şampuan”*** isimli kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.botamarket.net** adresli internet sitesinin 26.03.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda “Sedefix Şampuan” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Ciltte ve saçlı deride oluşan pullanma, kepeklenme, kızarıklık ve kaşıntı gibi cilt problemlerine karşı formüle edilmiş, bitkisel formülasyon kısmında bulunan omega yağ asitleri, vitaminler(B Kompleks: B1, B2, B3 , B6, B12, Folik asit, A, C ve E vitamini) ve mineraller( Kalsiyum, Fosfor, Demir, Sodyum, Potasyum,Çinko ) sayesinde cildinizin yeniden yapılanmasına ve sağlıklı görünümüne kavuşmasına yardımcı olan bir cilt bakım sistemidir. Sedefix cilt bakım losyonu ve şampuanı her cilt tipi için uygundur. Düzenli olarak kullanıldığı takdirde ciltte oluşan pullanma ve kepeklenme gibi problemlerin giderilmesine ve yeniden oluşmamasına yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.botamarket.net adresli internet sitesinde yer alan “Sedefix Şampuan” isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer alan ifadelerin kozmetik mevzuatında yer alan kozmetik tanımının dışında olmadığı, bu nedenle söz konusu ürünlere ilişkin inceleme konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi ile mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2014/1393**

**Şikayet Edilen: Burak CEVHEROĞLU (Cevher Sağlık)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kozmela.com](http://www.kozmela.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Femine-X Intımate Genital Bölge Temizlik Jeli”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi

**Tespitler:** www.kozmela.com adresli internet sitesinin 23.11.2014 tarihli görünümünde yer alan *“Femin-X Intimate Genital Bölge Temizlik Jeli”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kullanım Yeri:Doğum sonrası perine temizliği, genital bölge enfeksiyonları, Atrofik vajinit, Vajinal mantar hastalığı, akıntı, kaşınma, yanma ve istenmeyen kokular, günlük hijyen”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.kozmela.com adresli internet sitesinin 23.11.2014 tarihli görünümünde yer alan *“Femin-X Intimate Genital Bölge Temizlik Jeli”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kullanım Yeri:Doğum sonrası perine temizliği, genital bölge enfeksiyonları, Atrofik vajinit, Vajinal mantar hastalığı, akıntı, kaşınma, yanma ve istenmeyen kokular, günlük hijyen”* ifadelerine yer verildiği,

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 “*Kullanım Yeri:…Genital bölge enfeksiyonları, Atrofik vajinit, Vajinal mantar hastalığı…”* ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

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

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5 inci ve 7 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**19)**

**Dosya No: 2014/1799**

**Şikayet Edilen: FHM Nano Teknoloji Akademisi Bor ve Toryum Ürünleri Ar Ge San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Nano Bor Tüy Dökücü Krem”*** isimli ürünün ambalajı ile [www.borvittuydokucu.com](http://www.borvittuydokucu.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün Ambalajı ve İnternet sitesi.

**Tespitler:** *“Nano Bor Tüy Dökücü Krem”* isimli ürün ambalajında; *“Nano Borvit istenmeyen tüylere kalıcı çözüm… …Kıl köklerine nüfus ederek bir daha çıkmamalarını sağlayan Borvit Tüy Dökücü Krem, …Borvit cilt bakım uygulamaları için yüksek saflıkta adına BCDP(Boron Crystal Diamond Powder) adını verdiğimiz ve patenti Fhm Nanoteknoloji Ar-Ge A.Ş.’ye ait olan özel bor elmas kristalleri sayesinde krem çok özel bir ürün haline getirilmiştir… optik anti kırışıklık etkisi…”* ifadeleri ile www.borvittuydokucu.com adresli internet sitesinde ; “*Nano Borvit istenmeyen tüylere kalıcı çözüm…* *Bakteriler yok olur …”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Nano Bor Tüy Dökücü Krem”* isimli ürün ambalajında; *“Nano Borvit istenmeyen tüylere kalıcı çözüm… Kıl köklerine nüfus ederek bir daha çıkmamalarını sağlayan Borvit Tüy Dökücü Krem, …Borvit cilt bakım uygulamaları için yüksek saflıkta adına BCDP(Boron Crystal Diamond Powder) adını verdiğimiz ve patenti Fhm Nanoteknoloji Ar-Ge A.Ş.’ye ait olan özel bor elmas kristalleri sayesinde krem çok özel bir ürün haline getirilmiştir… optik anti kırışıklık etkisi…”* ifadeleri ile

www.borvittuydokucu.com adresli internet sitesinde; “*Nano Borvit istenmeyen tüylere kalıcı çözüm…* *Bakteriler yok olur…”* ifadelerinin yer aldığı,

“Nano Bor Tüy Dökücü Krem” isimli ürün için kullanılan “*Bakteriler yok olur*” ifadesi ile ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulmasına rağmen ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu biyosidal ürün ruhsatı olmadığının tespit edildiği,

Diğer taraftan, “Nano Bor Tüy Dökücü Krem” isimli ürüne ait ürün ambalajı ile www.borvittuydokucu.com adresli internet sitesindeki tanıtımlarda yer alan; *“İstenmeyen tüylere kalıcı çözüm”* , *“Kıl köklerine nüfus ederek bir daha çıkmamalarını sağlayan Borvit Tüy Dökücü Krem”*, “*Borvit cilt bakım uygulamaları için yüksek saflıkta adına BCDP(Boron Crystal Diamond Powder) adını verdiğimiz ve patenti Fhm Nanoteknoloji Ar-Ge A.Ş.’ye ait olan özel bor elmas kristalleri sayesinde krem çok özel bir ürün haline getirilmiştir” ve “optik anti kırışıklık etkisi…”* iddialarının bağımsız klinik çalışmalarla desteklenmediği ve söz konusu iddiaların ispatına ilişkin olarak sunulan raporların reklamda yer alan iddiaları kanıtlamakta yetersiz kaldığı,

“Nano Bor Tüy Dökücü Krem” isimli ürüne ait ürün ambalajı ile www.borvittuydokucu.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“İstenmeyen tüylere kalıcı çözüm”* , *“Kıl köklerine nüfus ederek bir daha çıkmamalarını sağlayan Borvit Tüy Dökücü Krem”*, ifadelerinin kullanıldığı, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda söz konusu ifadeler bilimsel olarak ispatlanmış olsa dahi, inceleme konusu tanıtımlarda anılan ürünlere ilişkin olarak yer alan ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

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

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmelik’in 5 inci ve 7 nci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **FHM Nano Teknoloji Akademisi Bor ve Toryum Ürünleri Ar Ge San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2014/1013**

**Şikâyet Edilen: Reckitt Benckiser Tem. Mal. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Veet Naturals Tüy Dökücü Krem ile Veet Naturals Sir Ağda Bandı”*** adlı ürünlere ilişkin reklamlar.

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

**Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet, Açık hava

**Tespitler:** İnceleme konusu ***“Veet Naturals Tüy Dökücü Krem”*** ile ***“Veet Naturals Sir Ağda Bandı”*** adlı ürünlere ilişkin muhtelif mecralarda yayınlanan *“Hayat Bir Defile – Adriana Lima Super Model”, “İki Flaş Arasında Kusursuz Olmalısın”* temalı televizyon reklamları ile açık hava reklam panoları ve [www.veet.com.tr](http://www.veet.com.tr) adresli internet sitesinde, *“Veet her 10 kadından 9’unun önerisi… 9/10 10 kadından 9’u öneriyor…”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan *“Veet her 10 kadından 9’unun önerisi… 9/10 10 kadından 9’u öneriyor…”* şeklindeki iddiaların bağımsız bir araştırma şirketi olan Ipsos tarafından yapılan araştırma sonuçları ile desteklendiği, ayrıca tanıtımlarda yer alan “kadınların önerisi” şeklindeki ifadenin “tercih” değil “tavsiye” anlamı içerdiği, dolayısıyla söz konusu ifadelerle sektörde yer alan ürünlerin pazar paylarının kastedilmeyip diğer kullanıcılara önerilme oranlarının ifade edildiği, yapılan araştırma sonuçları değerlendirildiğinde istatistiksel olarak her 10 kadından dokuzunun bu ürünü diğer kadınlara önerdiği sonucuna varılabileceği anlaşıldığından söz konusu reklamların mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16 ncı maddesi ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2014/1012**

**Şikâyet Edilen: Gelişim İnternet Hizmetleri ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Rephair”***markalı ürünlere ilişkin olarak [www.rephair.web.tr](http://www.rephair.web.tr)adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.rephair.web.tr](http://www.rephair.web.tr) adresli internet sitesinin 01.12.2014 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda; *“****Rephair ile 3 ayda saçta artış… Etkisi kanıtlanmış klinik çalışma ile... daha az dökülen saç… Daha çok çıkan saç… Daha kalın saçlar… Saç Dökülmesi İçin Rephair’i Deneyin!*** ***Rephair Hakkında Tüm Bilmeniz Gereken Bilgiler Burada! Bir şampuandan ve saç bakım setinden beklentileriniz nelerdir? Saç derisini güçlendirsin… Saç köklerini beslesin… Saç diplerine enerji versin… Saç dökülmesine karşı etkili olsun…”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda, yukarıda bahsi geçen ifadelere yer verilmek suretiyle, anılan ürünlerin 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; her ne kadar ürünle ilgili klinik çalışmalar gönderilmiş ise de kozmetik ürünlerin kozmetik tanımı dışında tedavi edici ibareler ile piyasaya arz edilemeyeceğinden dolayı tüketicilerin yanıltıldığı; bu nedenle söz konusu reklâm ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**SAĞLIK**

**22)**

**Dosya No: 2014/1403**

**Şikayet Edilen:** **Emo Optik Tic. ve San. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**Pano ilanı, açık hava ilanı ve[www.emooptik.com](http://www.emooptik.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 3.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Pano ilanı, Açık hava ilanı, İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait pano ilanında, *“Emo optik 1984 cam+çerçeve 68*  *ikinci çerçeve 8 ”* ifadelerine yer verildiği,

Kuruluşa açık hava ilanında, *“Emo optik 30. yıl cam+çerçeve 98* *”* ve  *“Emo optik 30. yıl cam+çerçeve 148* *”* ifadelerine yer verildiği,

Kuruluşa ait [www.emooptik.com](http://www.emooptik.com) adresli internet sitesinin 3.11.2014 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada, *“Emo optik 1984 30. yıl cam çerçeve 68* *, cam çerçeve 98* *, cam çerçeve 148* *”,*

- "Kampanyalar" başlığı altında, *“Cam + çerçeve = 68 TL - OPTELLİ + Optik çerçeve + 1,56 HMC %25 ince organik cam, Cam + çerçeve = 98 TL - GUSTO + Optik çerçeve + 1,56 HMC %25 ince organik cam, Cam + çerçeve = 148 TL - ARAMİS + Optik çerçeve + 1,56 HMC %25 ince organik cam. Emooptik 1984 30. yıl Gusto 98*  *cam çerçeve GUSTO + Optik çerçeve + 1,56 HMC %25 ince organik cam 2 yıl garanti SGK. Emooptik 1984 30. yıl Aramis 148*  *cam çerçeve ARAMİS + Optik çerçeve + 1,56 HMC %25 ince organik cam 2 yıl garanti SGK. Emooptik 1984 30. yıl Optelli 148*  *cam çerçeve OPTELLİ + Optik çerçeve + 1,56 HMC %25 ince organik cam 2 yıl garanti SGK”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nde yer alan; münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılamadığıhükmü dikkate alındığında; inceleme konusu reklamlarda tanıtımı yapılan numaralı gözlük camlarının ve gözlük çerçevelerinin reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu kanaatine varılmış olup, tüm bu durumların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2014/1404**

**Şikayet Edilen:** **Optik My**

**Şikayet Edilen Reklam:**Maltepe Üniversitesi Tıp Fakültesi yerleşkesindeki stand üzerinde yer alan afişte ve dağıtılan broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** -

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait afişte, *“Optik My.Ücretsiz göz muayenesi ve gözlük”* ifadelerinin kullanıldığı, kuruluşa ait broşürlerde, *“Optik My.Ücretsiz göz muayenesi ve gözlük. Bağlarbaşı Mah. Aşiyan Sok. No:3/A Maltepe / İSTANBUL. 0216 376 66 99. Maltepe Üniversite Hastanesi yanı.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun'un 6 ncı maddesinde yer alan; tabip tarafından yapılması gereken göz muayenesinin optisyenler tarafından gerçekleştirilmesinin ve müesseselerini muayehane olarak kullandırmalarının yasak olduğu hükmü dikkat alındığında; kuruluşun inceleme konusu tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve optisyenlik müesseselerinde uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu kanaatine varılmış olup, tüm bu durumların da;

- 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanun’un 6 ve 11 inci maddeleri,

- Optisyenlik Hakkında Yönetmeliğin 24 üncü maddesi,

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No: 2014/1407**

**Şikayet Edilen:** **Luxottica Gözlük Endüstri ve Ticaret A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 3.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait <www.ray-ban.com> adresli internet sitesinin 3.11.2014 tarihli görünümünde, *“Optik"*  anabaşlığı altında *" Tam Çerçeve, Yarım Çerçeve, Çerçevesi*z" alt başlıklarına yer verildiği, söz konusu başlıklar altında ise gözlük çerçevelerinin tanıtımın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'nde yer alan; münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılamadığıhükmü dikkate alındığında; geri ödeme kapsamında tıbbi cihazlardan olan gözlük çerçevelerinin inceleme konusu internet sitesinde tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu kanaatine varılmış olup; bu durumun,

* Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 inci maddesi,
* İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Luxottica Gözlük Endüstri ve Ticaret A. Ş.**hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2014/1525**

**Şikayet Edilen:** **Atasun Optik Perakende A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Atasun Optik hizmetleri müşterisiyle buluşuyor”*** başlıklı televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 24 Eylül – 25 Ekim 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Kuruluşa ait reklam filminde, *“Ücretsiz temizliyorsunuz öyle mi? Tabi ultrasonik temizlik, her zaman bekleriz, eee bunun vidası, plaket ayarı falan onlar da mı ücretsiz? Evet ömür boyu. Bir hafta kullanacağım fikrim değişirse paramı geri alabileğim öyle mi? Aynen öyle. Peki ne vericem? Siz onu hiç dert etmeyin, bildiğiniz Atasun Optik fiyatları, bizde memnuniyetiniz garanti Atasun Optik hem uzman hem ekonomik en yakın mağazamız için 4446785."* şeklinde ifadelere yer verildiği; ayrıca, anılan reklamlarda kullanılan alt yazı metninde, *" Ömür boyu ücretsiz bakım; plaket, vida ayarı ve vida değişimini kapsar, hasar görmemiş ürünler fatura tarihinden itibaren 7. günün sonuna kadar orjinal aksesuar ve faturası ile birlikte iade edilebilir."*  şeklinde tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik olarak ilave açıklayıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda kullanılan ifade ve görüntülerin mevzuata aykırılık teşkil etmediği anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2014/734**

**Şikayet Edilen: Dr. Elif Petek DERELİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet Sitesi

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin 24.03.2014 tarihli görünümünde; “*Biorezonans Fiziğin Devrimi. Tek seansta sigaradan kurtulun. bicom biorezonans cihazı yaklaşık 60 yıldır tüm dünyada tüm rahatsızlıkların terapisi için kullanılan bir cihazdır. Enerjimizi büyük bir hızla düzenleme gücüne sahip bu cihaz tek seansta manyetik alanımızdan sigarayı temizlemekte ve bedenimizi sigaraya yabancılaştırmaktadır. Bu da fiziksel olarak sigarayı arzu etmemek anlamına gelmektedir. Kişi cihaza bağlıyken yaptığımız 40 dakikalık görüşmede zihnimizde hiç farkında olmadığımız halde yargılarında arınmamızı sağlamakta ve psikolojik bağımlılığımızı sonlandırmaktadır. Sigara bağımlılığına bilinçaltımızda bulunan gerçekdışı tüm inanışlardan çok daha güçlüdür ve kalıcı olacaktır. Sigaradan Nasıl Kurtulacağım? Biorezonans enerji akışımızı düzenleyerek tüm sistemimizi manyetik bilgilerden arındırabilen bir yöntemdir. biorezonans enerjimizi düzenleyen bir terapi şeklidir. Sigaradan kurtulmak bir süreç gerektirir. Merkezimiz bu süreçte hep yanınızda olur."*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinin 24.03.2014 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,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Elif Petek DERELİ** 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.

**27)**

**Dosya No: 2014/733**

**Şikayet Edilen: Sultans Kuaför ve Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** Kuruluşun faaliyet gösterdiği binada asılı bulunan tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Açıkhava

**Tespitler:** Söz konusu tabelada; “*IPL&Lazer Epilasyon*" ifadesinin yer aldığı, doktor kontrolünde yapılması gereken işlemlerin yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmeliğin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile,* ***tabip yetkisinde olan tıbbi*** ***işlemler*** *güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında* *ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla beraber; **Danıştay 8. Dairesinin 30/5/2014 tarihli ve E:2013/2099 sayılı kararıyla;** İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonlarına” ilişkin J bendinin 13.2 hükmünün “a” alt bendinde yer alan ve güzellik salonların IPL (foto epilasyon) yapılabileceği ancak lazer ile iğneli epilasyon türlerinin yapılamayacağı anlamına gelen; *“13.2- Epilasyon/depilasyon biriminde: a. (Değişik: 5/11/2012 – 2012/3986 K.) Lazer epilasyon ve iğneli epilasyon dışındaki yöntemlerle epilasyon ve depilasyon işlemleri (Foto epilasyon işlemini gerçekleştirecek güzellik uzmanları, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı veya bu Bakanlığın yetkilendirdiği okul veya kurslardan transkriptli foto epilasyon diploması veya kurs bitirme belgesine sahip olacaktır. Bu diploma ve belgelerin yurtdışından alınmış olması halinde bunların ilgili mevzuata göre denkliğinin kabul edilmiş olması şarttır.)* **hükmünün yürütülmesi durdurulmuştur.** Bu karar doğrultusunda, güzellik salonlarında lazer epilasyon ve iğneli epilasyon yöntemlerinin yanı sıra, **IPL (foto) epilasyon yönteminin uygulanması da yasak hale gelmiştir.** Sağlık Bakanlığı**,** Milli Eğitim Bakanlığına 21.10.2014 tarihli, 2028 sayılı ve “IPL-Foto Epilasyon Kursunun İptali” konulu yazısı ile gereğinin yapılmasını arz eden bir yazı yazmıştır.

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

Dolayısıyla tüm bu durumların;

-15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 4üncü ve 5 inci maddeleri,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 8/j 16,16.1, 16.3 maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sultans Kuaför ve Güzellik 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.

**28)**

**Dosya No: 2014/749**

**Şikayet Edilen: Aris İstanbul lazer ve Epilasyon Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.05.2014-03.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde, firmanın isminin “ Aris İstanbul Lazer Epilasyon ve Zayıflama Merkezi” olarak nitelendirildiği, *“Lazer Epilasyon, Kavistasyon, Power Plate, Ozon Sauna,Presso Terapi*” ifadelerinin yer aldığı,doktor kontrolünde yapılması gereken işlemlerin yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15.2.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmeliğin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile,* ***tabip yetkisinde olan tıbbi*** ***işlemler*** *güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında* *ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafından yapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Bununla beraber; **Danıştay 8. Dairesinin 30/5/2014 tarihli ve E:2013/2099 sayılı kararıyla;** İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonlarına” ilişkin J bendinin 13.2 hükmünün “a” alt bendinde yer alan ve güzellik salonların IPL (foto epilasyon) yapılabileceği ancak lazer ile iğneli epilasyon türlerinin yapılamayacağı anlamına gelen; *“13.2- Epilasyon/depilasyon biriminde: a. (Değişik: 5/11/2012 – 2012/3986 K.) Lazer epilasyon ve iğneli epilasyon dışındaki yöntemlerle epilasyon ve depilasyon işlemleri (Foto epilasyon işlemini gerçekleştirecek güzellik uzmanları, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı veya bu Bakanlığın yetkilendirdiği okul veya kurslardan transkriptli foto epilasyon diploması veya kurs bitirme belgesine sahip olacaktır. Bu diploma ve belgelerin yurtdışından alınmış olması halinde bunların ilgili mevzuata göre denkliğinin kabul edilmiş olması şarttır.)* **hükmünün yürütülmesi durdurulmuştur.** Bu karar doğrultusunda, güzellik salonlarında lazer epilasyon ve iğneli epilasyon yöntemlerinin yanı sıra, **IPL (foto) epilasyon yönteminin uygulanması da yasak hale gelmiştir.** Sağlık Bakanlığı**,** Milli Eğitim Bakanlığına 21.10.2014 tarihli, 2028 sayılı ve “IPL-Foto Epilasyon Kursunun İptali” konulu yazısı ile gereğinin yapılmasını arz eden bir yazı yazmıştır.

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

Dolayısıyla tüm bu durumların;

-15.02.2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 4üncü ve 5 inci maddeleri,

-İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 8/j 16.16.1, 16.3 maddeleri,

- - İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aris İstanbul lazer ve Epilasyon 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.

**29)**

**Dosya No: 2014/908**

**Şikâyet Edilen: Boğaziçi Aydın Sağ. Eğit. İnş. Turz. Rek. Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş.**

**(Boğaziçi Tıp Merkezi)**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“****Kanal S”* logolu televizyon kanalı ile muhtelif mecralarda reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler: :** Kanal S logolu televizyon kanalının **26.05.2014 tarihli yayınında**; *“Dökülen saçları geri kazanmanın tek yolu saç ektirmektir. Saç Ekimi Sağlık Bakanlığı tarafından ruhsatlı ameliyathane imkanları olan cerrahi bir merkezde plastik cerrahların yönetiminde yapılmalıdır. Saç ekimi lokal anestezi altında uygulanır…Başarılı geçen saç ekim operasyonlarından 6 ay sonra nakledilen köklerin %75’i, 1 yıl sonunda ise tamamı çıkmış olur ve bu saçlar ömür boyu kalıcıdır, dökülmezler. Boğaziçi Tıp Merkezi’nde dünya standartlarına ulaşmış santimetrekareye 60 greft ekilerek son 10 yılda 22 ila 78 yaş aralığındaki 10 bin civarında kişiye saç ekimi gerçekleştirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için Boğaziçi Tıp Merkezini arayabilirsiniz…0212 227 00 00…www.bogazicisaglik.com.tr…”* şeklinde ifadelere,

Yine aynı reklamın devamında; *“Ayrıntılı bilgi için Estetik Cerrahi kliniği 0 212 227 00 00…www.bogaziciestetik.com.tr. Burnun kavisli, kemerli, geniş, uzun ve büyük olması gibi şekil bozukluklarında estetik burun ameliyatı ile arzu edilen doğala yakın estetik görünümlü burunlar elde edilebilmektedir. Estetik burun ameliyatı genel anestezi altında uygulanır ve ortalama 2 saat sürer. Hasta ameliyat sırasında hiçbir şey hissetmez. Estetik burun ameliyatı esnasında burundaki şekil bozuklukları düzeltilirken burun küçültülebilir, büyütülebilir, burun deliklerinin genişliği ve burun üst dudak açısı değiştirilebilir. Ayrıca aynı anda burundaki nefes almayı engelleyen sorunlar da giderilebilir. Estetik burun ameliyatı ergenlik çağından itibaren her yaşta uygulanabilir, yaz dahil her mevsimde yapılabilir. Ayrıntılı bilgi için Boğaziçi Tıp Merkezini arayabilirsiniz…0212 227 00 00…www.bogazicisaglik.com.tr…”* şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi/sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Y**ayınlanan tanıtımlar aracılığıyla; hastaların söz konusu kuruluşa yönlendirildiği ve **Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu maddesinin 4 üncü fıkrasında** yer alan*“…açılışı, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilir ve ilan verebilir...”* hükmünü aşarak söz konusu kuruluş lehine talep yaratıcı, bu kuruluşa ticari bir görünüm veren ve benzer kuruluşlar bakımından haksız rekabet yaratan nitelikte tanıtımlar yapıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

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

-- 22.05.2014 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Sağlık Meslek Mensupları İle Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5 inci maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 6/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Boğaziçi Aydın Sağ. Eğit. İnş. Turz. Rek. Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş. (Boğaziçi Tıp Merkezi)** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri ile 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **9.133-TL (Dokuzbinyüzotuzüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2014/1051**

**Şikâyet Edilen: Esmer Güzellik Salonu**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.esmerlife.com](http://www.esmerlife.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.08.2014 ve 25.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.esmerlife.com](http://www.esmerlife.com) adresli internet sitesinin 15.08.2014 ve 25.11.2014 tarihli görünümlerinde; *“****Esmer Life Lazer Epilasyon ve Estetik Merkezi*** *uzun yıllar, Sektörde edinilen tecrübe ve uzman kadrosuyla kaliteli hizmet vermeye başlamıştır. Temel ilkemiz, en kaliteli ürün, en iyi hizmet anlayışı ile tanınan ve sektörde her türlü yeniliği ile aynı anda siz değerli müşterilerimizin beğenisine sunmaktayız. Gelişen teknolojiyi yakından takip ederek, Dünya ile aynı anda TSE, CE sertifikalı ve FDA onaylı Almanya, İtalya ve Amerika gibi ülkelerin gelişen son teknolojinin önde gelen, yeni nesil Deka ve Quantel Derma markaların cihazlarıyla hizmet vermekteyiz.* ***Sağlığınız için hiçbir risk oluşturmadan****, kişiye özel doğru uygulamalar önerilerek ve gerçek bilgi dahilinde tüm uygulamalar Uzman kadromuzun deneyimleri ile yapılmaktadır. Esmer Life Güzellik Merkezi, siz değerli müşterilerimize kaliteli ürünler ile çözümler sunmayı ilke edinen Merkezimiz, hijyenik bir ortamda tecrübeli ve alanında uzman deneyimli kadrosu ile hizmet vermektedir…HİZMETLERİMİZ:- Çatlak Bakımı - Akneli Cilt Bakımı - Cilt Bakımı - Cilt Gençleştirme - Cilt Sıkılaştırma - Sivilce Bakımı - Anti-Aging - Lifting Bakım - Dermaroller- Dermabrazyon -* ***Selülit Tedavisi*** *- Leke Bakımı - Doğum Lekeleri - Vücut Bakımı - Kişiye Özel Kürler -* ***Meme Küçültme*** *- Bölgesel İncelme - Lenf Drenaj - Vücut Şekillendirme* ***- Ultra Kavitasyon*** *- LPG-Vakum - Vücut Bakımı - Pasif Jimnastik - Power Plate - Vücut Analizi -* ***Kimyasal Peeling*** *- Ozon Sauna- Ozon Terapi - Toksin Atma - Profesyonel Makyaj - Detox - Epilasyon - Kalıcı Makyaj - Eyeliner - Maske - Protez Tırnak - Parafin Terapi - Kaş Tasarımı - İpek Kirpik Ekleme…HİZMETLERİMİZ:* ***LAZER EPİLASYON****,* ***BÖLGESEL ZAYIFLAMA, SOĞUK LİPOLİZ, KAVİTASYON…KİMYASAL PEELİNG****…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde söz konusu kuruluş tarafından tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

Ancak konuyla ilgili olarak; Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nden alınan 17.08.2012 tarih ve 20080 sayılı görüşte; *“****Kavitasyon, ultralipo kavitasyon*** *işlemlerinin vücuttaki yağların ultrason adı verilen ses dalgaları kullanılarak yıkılması işlemi olduğu, bu yöntem ile ses dalgaları yağ hücrelerini lizise uğrattığı, lizise uğrayan yağ hücre içeriklerinin vasküler lenfatik sistem aracılığıyla karaciğere transfer edilerek karaciğerdeki endojen lipazlar aracılığı ile gliserol ve serbest yağ asitlerinin parçalanarak metabolize olmasının karaciğer fonksiyonuyla yakından ilişkili olduğu karaciğeri de ilgilendiren olası yan etkilere ait risk taşıdığı,*

*Karboksi terapi yöntemi, karbondioksitin iğneler aracılığıyla deri altına uygulandığı, deri altına enjeksiyon yapılması gerektiren bu uygulama sırasında ağrı, morarma, deri altında krepitus gelişimi gibi minör yan etkilerin yanı sıra olası hiperkapni (solunuma bağlı asidoz) gelişme riski olduğu, bu tür işlemler öncesinde hastada birtakım araştırmaların yapılarak hasta uygulamasının hekimler tarafından onaylanması gereken tıbbi uygulamalar kapsamında yer aldığı, sağlık kuruluşu olmayan yerlerde ve uzman hekim olmayan kişilerce uygulanmasının uygun olmadığı,*

***Vücut yağlarını eritmeye yönelik kavitasyon işlemlerinin ve karboksiterapi yönteminin özellikle diyabet, koroner kalp hastalığı koagülasyon bozuklukları, hipertansiyon gibi kalp damar sistemi hastalıkları ve hematolojik bozuklukları olan kişilere uygulanması tromboembolitik olaylara sebep olması nedeniyle sakıncalı olduğu****, bunun yanı sıra uygulama yerinin bazı organlara ve özellikle endokrin glandlara yakın olması bazı hormonal disfonksiyonlara yol açabileceği, sağlık kuruluşu olmayan yerlerde ve uzman hekim olmayan kişilerce uygulanmasının uygun olmadığını, dahiliye uzmanı, dermatolog ve plastik cerrahın bulunduğu sağlık kuruluşlarında uygulanmasının uygun görüldüğü,*

***Lazer epilasyon****… işlemlerinin dalga spekturumlu lazer ışığı spekturumunda ışınlarla yapıldığı, insan derisine yapılan uygulamalar esnasında sadece kıl folikülü ile değil derinin diğer elemanları ve pigment sistemi ile de etkileşim yaptığı, dolayısı ile bu tedavi işlemleri sırasında yada sonrasında görülen ciddi yanıklar ile bül oluşumu, kalıcı pigment bozuklukları, vasküler bozukluklar ortaya çıktığı, bazen paradoksal şekilde bir kıllanma artışı da gelişebildiği, gerekli birtakım önlemlerin alınmadığı durumda yapılan uygulamalarda hasta ve uygulayan kişilerde göz hasarı oluşturabileceği,* ***lazer ışığı dalga spektrumunda bulunan ışın yayan her türlü cihazın tıbbi cihaz kapsamında değerlendirilebileceği****,*

*Ayrıca epilasyon işlemleri sırasında kişinin deri yapısının, kıllı bölgede kontrendikasyon oluşturabilecek deri lezyonlarının olup olmamasına, kıl yapısına özellikle dikkat edilmesi gerektiği bu nedenlerle uygulamalar sırasında oluşabilecek olası dermatolojik yan etkilerinin değerlendirilip gerekli müdahalenin zamanında ve doğru bir şekilde yapılabilmesi için bu işlemlerin* ***mutlaka bir dermatolog gözetiminde ve yine sağlık kuruluşunda yapılmasının uygun olduğu,***

***Selülit tedavisi ile ilgili invaziv ve noninvaziv birçok tedavi yöntemleri kullanıldığı, invaziv işlemler yukarıda bahsedilen nedenlerden dolayı tam teşekküllü sağlık kuruluşlarında yapılması gerektiği, noninvaziv tedavi yöntemlerinin ise yine deriye ait olası yan etkiler açısından mutlaka bir dermatolog eşliğinde yapılması gerektiği****”* Bakanlığımıza bildirilmiştir.

Bununla beraber; **Danıştay 8. Dairesinin 30/5/2014 tarihli ve E:2013/2099 sayılı kararıyla;** İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonlarına” ilişkin J bendinin 13.2 hükmünün “a” alt bendinde yer alan ve güzellik salonlarında IPL (foto epilasyon) yapılabileceği ancak lazer ile iğneli epilasyon türlerinin yapılamayacağı anlamına gelen; *“13.2- Epilasyon/depilasyon biriminde: a. (Değişik: 5/11/2012 – 2012/3986 K.) Lazer epilasyon ve iğneli epilasyon dışındaki yöntemlerle epilasyon ve depilasyon işlemleri (Foto epilasyon işlemini gerçekleştirecek güzellik uzmanları, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı veya bu Bakanlığın yetkilendirdiği okul veya kurslardan transkriptli foto epilasyon diploması veya kurs bitirme belgesine sahip olacaktır. Bu diploma ve belgelerin yurtdışından alınmış olması halinde bunların ilgili mevzuata göre denkliğinin kabul edilmiş olması şarttır.)* **hükmünün yürütülmesi durdurulmuştur.**

Yukarıda bahsedilenlere istinaden Sağlık Bakanlığı tarafından gönderilen **son** görüş yazısında; ***“…güzellik salonlarında lazer ve foto epilasyon ile yapılan epilasyon ve depilasyon işlemleri ile iğneli epilasyon, karboksiterapi gibi invaziv girişimsel işlemlere izin verilmeyecektir.”*** denilerek güzellik salonları tarafından lazer epilasyon-IPL-iğneli epilasyon gibi ışın yayan her türlü cihazın tıbbi cihaz kapsamında değerlendirileceği (ütüleme epilasyon da dahil olmak üzere) ve anılan işlemlerin güzellik salonlarında yapılamayacağı açıkça belirtilmiştir. Bu meyanda Çankaya Belediyesi’nin anılan kuruluşa verdiği 23.09.2013 tarihli ruhsatta -**IPL yapılabilir-** şeklindeki izin de; anılan hükmün yürütülmesinin durdurulması ile durmuştur.

Sonuç olarak anılan kuruluş tarafından bahsedilen yöntemlerin uygulamasına karar verilmesinde mutlaka ilgili uzman hekimce/hekimlerce kişilerin değerlendirilmesi gerektiği, bu yöntemlerin etkin kullanılmadığı takdirde yukarıda bahsedildiği gibi insan sağlığına zarar verebilecek birçok olası yan etkilerinin olduğu görülmektedir. **Bu itibarla**; tabip/sağlık kuruluşu tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “**Kavitasyon, Ultra Kavitasyon, lazer epilasyon, IPL, selülit tedavisi, kimyasal peeling, meme küçültme…**” gibi tıbbi işlemlerin anılan kuruluş bünyesinde uygulandığı ve tanıtımlarının –mevzuata aykırı olduğu halde- yapıldığı veyahutta tüketiciler üzerinde bu izlenimlerin oluşturulduğu;

Bununla beraber anılan internet sitesinde hastaların öncesi ve sonrası görüntüleri ile hasta yorumlarına yer verildiği,

Diğer yandan **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 *"Esmerlife Epilasyon ve Güzellik Merkezi*" ifadesinin kullanılması sonucu anılan kuruluşun bir estetik merkezi olduğu izlenimi yarattığı anlaşılmaktadır.

Nitekim söz konusu kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan tıbbi işlemleri yapmak ve bunlara ilişkin olarak yanıltıcı tanıtımlarda bulunmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve tecrübe ile bilgi eksiklerinin istismar edildiği; ve yine benzer kuruluşlar bakımından haksız rekabet yaratan nitelikte tanıtımlar yapıldığı yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Sıhhi Müesseseler İçin Sınıflarına ve Özelliklerine Göre Aranacak Nitelikler" başlıklı kısmının “J- GÜZELLİK SALONLARI" 16.1, 16.3, 16.4, 16.5 ve 16.8 bentleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 6/e, 7/a, 7/c ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Esmer Güzellik Salonu** isimli kuruluşhakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2014/1048**

**Şikâyet Edilen: Aysel Tantürkü-Ozon Aktif Cilt Bakımı Uygulama Merkezi ve Güzellik Salonu**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Anılan kuruluşa ait [www.ozonaktifkizilay.com](http://www.ozonaktifkizilay.com/) adresli internet sitesi aracılığıyla yönlendirme yapılan <http://www.lazer-epilasyon-ankara.com/> adresli internet sitesindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.08.2014 ve 26.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.lazer-epilasyon-ankara.com/> adresli internet sitesinin 15.08.2014 ve 26.11.2014 tarihli görünümlerinde; *“Merkezimiz: Kızılay Ozon Aktif İncelme ve Sağlıklı Yaşam Merkezi Eylül 2011'de Ankara'nın Kızılay semtinde faaliyet göstermeye başlamıştır.180 m2'lik geniş ve ferah bir ortamda;* ***bölgesel incelme,*** *cilt bakımı ve* ***kalıcı epilasyon*** *hizmetleri başta olmak üzere birçok alanda müşterilerine kaliteli hizmet sunmayı ilke edinmiştir…****Estetisyenlerimiz****: Her biri kendi alanında uzman ve deneyimli estetisyenlerimiz; müşterilerine en iyi hizmeti vermek ve hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak amacıyla sürekli çaba göstermekte; sürekli değişen ve gelişen estetik dünyasında yeni bilgi ve uygulamaları sizlere sunmaktadır…Bölgesel incelme kampanyası: 36 Seanslık İncelme Paketi 39 TL! ﻿6 Seans Vücut Analizi, 6 Seans* ***Kavitasyon****, 6 Seans Power Plate, 6 Seans Lenf Drenaj, 6 Seans Pasif Jimnastik, 6 Seans Oksijen Terapi…****Lazer epilasyon kampanyası 1 Yıllık Sınırsız Lazer Epilasyon 79 TL!*** *..Radyofrekans..* *Ozon Aktif Cilt Bakımı ve İncelme Serumu; ozonun teknoloji kullanılarak saf zeytinyağının içerisine hapsedilmesi sayesinde cilt hücrelerimizin ihtiyacı olan beslenme ve yenilenme ihtiyacını karşılayan yoğun bir formüldür...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde söz konusu kuruluş tarafından tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

Ancak konuyla ilgili olarak; Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü’nden alınan 17.08.2012 tarih ve 20080 sayılı görüşte; *“****Kavitasyon, ultralipo kavitasyon*** *işlemlerinin vücuttaki yağların ultrason adı verilen ses dalgaları kullanılarak yıkılması işlemi olduğu, bu yöntem ile ses dalgaları yağ hücrelerini lizise uğrattığı, lizise uğrayan yağ hücre içeriklerinin vasküler lenfatik sistem aracılığıyla karaciğere transfer edilerek karaciğerdeki endojen lipazlar aracılığı ile gliserol ve serbest yağ asitlerinin parçalanarak metabolize olmasının karaciğer fonksiyonuyla yakından ilişkili olduğu karaciğeri de ilgilendiren olası yan etkilere ait risk taşıdığı,*

*Karboksi terapi yöntemi, karbondioksitin iğneler aracılığıyla deri altına uygulandığı, deri altına enjeksiyon yapılması gerektiren bu uygulama sırasında ağrı, morarma, deri altında krepitus gelişimi gibi minör yan etkilerin yanı sıra olası hiperkapni (solunuma bağlı asidoz) gelişme riski olduğu, bu tür işlemler öncesinde hastada birtakım araştırmaların yapılarak hasta uygulamasının hekimler tarafından onaylanması gereken tıbbi uygulamalar kapsamında yer aldığı, sağlık kuruluşu olmayan yerlerde ve uzman hekim olmayan kişilerce uygulanmasının uygun olmadığı,*

***Vücut yağlarını eritmeye yönelik kavitasyon işlemlerinin ve karboksiterapi yönteminin özellikle diyabet, koroner kalp hastalığı koagülasyon bozuklukları, hipertansiyon gibi kalp damar sistemi hastalıkları ve hematolojik bozuklukları olan kişilere uygulanması tromboembolitik olaylara sebep olması nedeniyle sakıncalı olduğu****, bunun yanısıra uygulama yerinin bazı organlara ve özellikle endokrin glandlara yakın olması bazı hormonal disfonksiyonlara yol açabileceği, sağlık kuruluşu olmayan yerlerde ve uzman hekim olmayan kişilerce uygulanmasının uygun olmadığını, dahiliye uzmanı, dermatolog ve plastik cerrahın bulunduğu sağlık kuruluşlarında uygulanmasının uygun görüldüğü,*

 ***Lazer epilasyon****… İşlemlerinin dalga spekturumlu lazer ışığı spekturumunda ışınlarla yapıldığı, insan derisine yapılan uygulamalar esnasında sadece kıl folikülü ile değil derinin diğer elemanları ve pigment sistemi ile de etkileşim yaptığı, dolayısı ile bu tedavi işlemleri sırasında yada sonrasında görülen ciddi yanıklar ile bül oluşumu, kalıcı pigment bozuklukları, vasküler bozukluklar ortaya çıktığı, bazen paradoksal şekilde bir kıllanma artışı da gelişebildiği, gerekli birtakım önlemlerin alınmadığı durumda yapılan uygulamalarda hasta ve uygulayan kişilerde göz hasarı oluşturabileceği,* ***lazer ışığı dalga spektrumunda bulunan ışın yayan her türlü cihazın tıbbi cihaz kapsamında değerlendirilebileceği****,*

*Ayrıca epilasyon işlemleri sırasında kişinin deri yapısının, kıllı bölgede kontrendikasyon oluşturabilecek deri lezyonlarının olup olmamasına, kıl yapısına özellikle dikkat edilmesi gerektiği bu nedenlerle uygulamalar sırasında oluşabilecek olası dermatolojik yan etkilerinin değerlendirilip gerekli müdahalenin zamanında ve doğru bir şekilde yapılabilmesi için bu işlemlerin* ***mutlaka bir dermatolog gözetiminde ve yine sağlık kuruluşunda yapılmasının uygun olduğu,***

***Selülit tedavisi ile ilgili invaziv ve noninvaziv birçok tedavi yöntemleri kullanıldığı, invaziv işlemler yukarıda bahsedilen nedenlerden dolayı tam teşekküllü sağlık kuruluşlarında yapılması gerektiği, noninvaziv tedavi yöntemlerinin ise yine deriye ait olası yan etkiler açısından mutlaka bir dermatolog eşliğinde yapılması gerektiği****”* Bakanlığımıza bildirilmiştir.

Bununla beraber; **Danıştay 8. Dairesinin 30/5/2014 tarihli ve E:2013/2099 sayılı kararıyla;** İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin “Güzellik Salonlarına” ilişkin J bendinin 13.2 hükmünün “a” alt bendinde yer alan ve güzellik salonlarında IPL (foto epilasyon) yapılabileceği ancak lazer ile iğneli epilasyon türlerinin yapılamayacağı anlamına gelen; *“13.2- Epilasyon/depilasyon biriminde: a. (Değişik: 5/11/2012 – 2012/3986 K.) Lazer epilasyon ve iğneli epilasyon dışındaki yöntemlerle epilasyon ve depilasyon işlemleri (Foto epilasyon işlemini gerçekleştirecek güzellik uzmanları, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı veya bu Bakanlığın yetkilendirdiği okul veya kurslardan transkriptli foto epilasyon diploması veya kurs bitirme belgesine sahip olacaktır. Bu diploma ve belgelerin yurtdışından alınmış olması halinde bunların ilgili mevzuata göre denkliğinin kabul edilmiş olması şarttır.)* **hükmünün yürütülmesi durdurulmuştur.**

Yukarıda bahsedilenlere istinaden Sağlık Bakanlığı tarafından gönderilen **son** görüş yazısında; ***“…güzellik salonlarında lazer ve foto epilasyon ile yapılan epilasyon ve depilasyon işlemleri ile iğneli epilasyon, karboksiterapi gibi invaziv girişimsel işlemlere izin verilmeyecektir.”*** denilerek güzellik salonları tarafından lazer epilasyon-IPL-iğneli epilasyon gibi ışın yayan her türlü cihazın tıbbi cihaz kapsamında değerlendirileceği (ütüleme epilasyon da dahil olmak üzere) ve anılan işlemlerin güzellik salonlarında yapılamayacağı açıkça belirtilmiştir.

Sonuç olarak yukarıda söz konusu kuruluş tarafından bahsedilen yöntemlerin uygulamasına karar verilmesinde mutlaka ilgili uzman hekimce/hekimlerce kişilerin değerlendirilmesi gerektiği, bu yöntemlerin etkin kullanılmadığı takdirde yukarıda bahsedildiği gibi insan sağlığına zarar verebilecek birçok olası yan etkilerinin olduğu görülmektedir. **Bu itibarla**; tabip/sağlık kuruluşu tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen “**Kavitasyon, lazer epilasyon, IPL…**” gibi tıbbi işlemlerin anılan kuruluş bünyesinde uygulandığı ve tanıtımlarının –mevzuata aykırı olduğu halde- yapıldığı anlaşılmaktadır.

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 *"Kızılay Ozon Aktif İncelme Ve Sağlıklı Yaşam Merkezi*" ifadesinin kullanılması sonucu anılan kuruluşun bir estetik ve güzellik merkezi olduğu izlenimi oluşturduğu değerlendirilmiştir.

Nitekim söz konusu kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan tıbbi işlemleri yapmak ve bunlara ilişkin olarak yanıltıcı tanıtımlarda bulunmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve tecrübe ile bilgi eksiklerinin istismar edildiği; ve yine benzer kuruluşlar bakımından haksız rekabet yaratan nitelikte tanıtımlar yapıldığı yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

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

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Sıhhi Müesseseler İçin Sınıflarına ve Özelliklerine Göre Aranacak Nitelikler" başlıklı kısmının “J- GÜZELLİK SALONLARI" 16.1, 16.3 ve 16.4 bentleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Aysel Tantürkü-Ozon Aktif Cilt Bakımı Uygulama Merkezi ve Güzellik Salonu** isimli kuruluşhakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2014/1047**

**Şikayet Edilen: Bio Estetik Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sehirfirsati.com](http://www.sehirfirsati.com) adresli internet sitesindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra**: İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde söz konusu kuruluş tarafından “radyofrekans” işleminin yapıldığına dair ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan kuruluşunuz bünyesinde yapılan **“Radyofrekans”** işleminin bir tıbbi işlem olmadığı, güzellik salonlarının vücut bakım biriminde ısı ile yapılabilecek işlemler arasında sayıldığı anlaşılmış olup; anılan başvuru çerçevesinde kuruluşunuz tarafından yapılan tanıtımların ilgili mevzuatına ve dolayısıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 nci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**GIDA**

**33)**

**Dosya No: 2014/550**

**Şikâyet Edilen: Oktay Özadam**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.](http://www.)ginsengpazari.com adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.](http://www.)ginsengpazari.com adresli internet sitesinin 11.04.2014 tarihli görünümünde yer alan; “*Ginseng binlerce yıldır Uzakdoğu’nun en kıymetli bitkilerinden biri olmuştur. Ginseng adaptojenik özelliğinden dolayı, yani tüm bedeni dengelemesiyle, insan bedeninin tüm fonksiyonlarını destekleyen bir bitkidir. Araştırmalar Kore Kırmızı Ginseng’in saponin içeriği açısından Amerikan, Çin ya da Japon ginsenglerinden daha yüksek olduğunu göstermektedir. Asya toplumlarında ginsengin en yaygın kullanımlarından biri cinsel performans ve erkeklerde üreme fonksiyonlarını geliştirmesidir. Ginsengle ilgili yapılan güncel araştırmalar da bu bitkinin cinsel performans ve erektil disfonksiyon durumlarında doğal ve güvenli bir destek sunduğu görüşünü desteklemektedir. Ginseng kullanımıyla ilgili genellikle olumlu tespitler olmakla birlikte herkes için aynı sonucu vermeyeceğini de unutmamak gerek. Örnek vermek gerekirse, Üroloji Dergisi’nin 2002 Kasım sayısında bildirilen bir çalışmada erektil disfonksiyon sorunu olan bir grup erkek sekiz hafta boyunca günde üç kez 900 mg ginseng kullanmış ve süre bitiminde katılımcıların yüzde 60’ından fazlası daha iyi bir cinsel fonksiyon sağlarken yüzde 40’a yakın erkek ise istediği sonucu alamamıştır.*”gibi tüketicileri yanıltıcı, endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek söz konusu ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu tanıtımlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu; diğer taraftan endikasyon belirten sağlık beyanlarıyla tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu, bu nedenlerle bahsi geçen tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte Complexed Potassium 99mg Tabletsolduğu tespit edilmiş olup, anılan tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5-1/a, 5-1/b, 5-1/c, 5-1/ç, 5-1/d ve 5-1/k maddelerine,

- 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesine,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 7nci maddelerine,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 8, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

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

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

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2014/540**

**Şikâyet Edilen: E.N.A. Bitkisel Ürünler Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.sifamarket.com](http://www.sifamarket.com) adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “*Ürün Arama*” kategorisi altında akciğer hastalıkları, akdeniz ateşi, anemi, astım, basur, behçet hastalığı, bel fıtığı, beyin hastalıkları, böbrek hastalıkları, obezite, boy uzatma, felç, egzama gibi çok sayıda hastalık ismine yer verildiği; bu hastalık isimlerine tıklandığında açılan sayfalarda söz konusu hastalıkları tedavi ettiği iddia edilen “*(ASTM) Çörek Otu Karışımlı Set, (BSR) Kuşburnu Karışımlı Set, (ILTHPL-RMTZM) Kiraz Sapı Karışımlı Set, (DMR-ACC-GNSLTCLR) Yaban Mersini Karışımlı Set, Fat-Block*” gibi çok sayıda gıda takviyesi ürününün tanıtımının ve satışının yapıldığı; ayrıca “*Fat-Block*” isimli gıda takviyesi ürünü ile ilgili “*Yağları uzak tutar. Klinik olarak kanıtlanmıştır. Hemen sipariş ver. Captoglicolipid içerikli Fat-Block. Kilo vermenin kuralları değişti.*” gibi sağlık beyanlarında bulunulduğu, dolayısıyla bahsi geçen internet sitesinde çok sayıda gıda takviyesi ürünü ile ilgili olarak tüketicileri yanıltıcı endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek söz konusu ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu tanıtımlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, diğer taraftan endikasyon belirten sağlık beyanlarıyla tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu, bu nedenlerle bahsi geçen tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte Complexed Potassium 99mg Tabletsolduğu tespit edilmiş olup, anılan tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5-1/a, 5-1/b, 5-1/c, 5-1/ç, 5-1/d ve 5-1/k maddelerine,

- 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesine,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 7nci maddelerine,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 8, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

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

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

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **E.N.A. Bitkisel Ürünler Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri ile 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2014/546**

**Şikâyet Edilen: Nurbal Şifa Aktar Doğal Gıda Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.](http://www.)mucizekarisim.com adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Mucize Karışım” isimli ürünün tanıtımlarında, “*Nasıl her gün uyumaya, oksijen almaya ihtiyacı varsa; tabiatın bize sunmuş olduğu saf şekilde; zengin vitamin ve mineraller almaya, yüksek kaliteli protein, aminoasit, laktoz ve früktoz esaslı karbonhidrat almaya ve en önemlisi bunları alırken hücrelerin yenilenmesine, onarılmasına, gelişmesine, tamir edilmesine, bağışıklık sisteminin kuvvetlendirilmesine, metabolizma dengesinin sağlanmasına ve hastalıklara karşı güçlü olup, yaşadığı müddetçe sağlıklı olmasına ihtiyacı vardır. Aksi takdirde insan vücudu yavaş yavaş ağırlaşır, bitkinleşir, çalışma kapasitesi düşer, yaşlanma belirtileri başlar, mikropları kabul eder ve hastalıklı bir vücutla yaşamaya başlar. Tek suçlu tabi ki kendi vücudundan bunları esirgeyen insandır. En pratik şekilde günde alınan 3 kaşık mucize karışım ise bebekten yaşlısına vücudun bütün vitamin, mineral, protein ve aminoasit ihtiyaçlarını karşılar, en hafif hastalıktan en ağır hastalığa kadar vücudu korumaya alır, bütün hücreleri tamir eder, onarır, yeniler, geliştirir, beyin ve beden kapasitesini artırır, bağışıklık sistemini güçlendirir, metabolizma dengesini sağlar ve sonuç olarak hayatta; yorgun, halsiz, bezgin, unutkan, güçsüz ve hastalıklı bir vücutla yaşamaktansa; dinç, sağla, güçlü dipdiri, kuvvetli, beyin-beden ve çalışma kapasitesi artan ve en önemlisi hastalıksız bir vücutla sağlıklı uzun ömür yaşamayı sağlar.*”gibi tüketicileri yanıltıcı, endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek söz konusu ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu tanıtımlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, diğer taraftan endikasyon belirten sağlık beyanlarıyla tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu, bu nedenlerle bahsi geçen tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte Complexed Potassium 99mg Tabletsolduğu tespit edilmiş olup, anılan tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5-1/a, 5-1/b, 5-1/c, 5-1/ç, 5-1/d ve 5-1/k maddelerine,

- 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesine,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 7 nci maddelerine,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 8, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

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

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

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2014/554**

**Şikâyet Edilen: Ersen Kadir Yalçın**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.doktoromercoskunankara](http://www.doktoromercoskunankara).com adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.doktoromercoskunankara](http://www.doktoromercoskunankara).com adresli internet sitesinin 11.04.2014 tarihli görünümünde yer alan; “Formula 21 For Men” isimli ürünün tanıtımlarında “*Dr. Ömer Coşkun tarafından keşfedilen bitkisel Formula 21 For Men gösterdiği hızlı etkisi ve uzun süreli sağladığı etki ile cinsel yaşamınızdaki sorunları gidermeye yardımcı olacaktır. Ürün kutusunda 9 adet tablet bulunur ve 9 hafta kullanım süresi vardır. Ürün tamamen bitkiseldir. Formula 21 For Men kullanın kısa süre içerisinde siz de gençleşin! Formula 21 erkeklere özel performans sağlayan bir tablettir. Her hafta 1 adet kullanarak 9 hafta boyunca cinsel hayatınızı renklendirebilirsiniz. Formula 21 etkisini kısa süre içerisinde gösterir ve uzun süre etkisi devam eder. Formula 21 For Men cinsel ilişkiden daha fazla zevk almanızı ve partnerinizi daha fazla mutlu etmenize yardımcı olur.*”gibi tüketicileri yanıltıcı, endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek söz konusu ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu tanıtımlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, diğer taraftan endikasyon belirten sağlık beyanlarıyla tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu, bu nedenlerle bahsi geçen tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte Complexed Potassium 99mg Tabletsolduğu tespit edilmiş olup, anılan tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5-1/a, 5-1/b, 5-1/c, 5-1/ç, 5-1/d ve 5-1/k maddelerine,

- 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesine,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 7nci maddelerine,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 8, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

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

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

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No:** 2014/1284

**Şikayet Edilen: Sertaş KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.alkadays.gen.tr](http://www.alkadays.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Alka Days”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkadays.gen.tr](http://www.alkadays.gen.tr) adresli internet sitesinin 22.09.2014 tarihli görünümünde; ***“Son yıllarda en çok yapılan diyet alkali ve bununla ilgili ürün Alkadays alkali seviyesini yükseltmeye yardımcı ve bu doğrultuda yağ yakımını hızlandırmaya yardımcı olur. Kilo vermek ilk hedef olduğu için, zayıflarken sağlığımızı olumsuz etkileyebileceğimizi düşünmüyoruz bile. Oysaki diyet seçerken hem kalıcı kilo denetimi hedeflenmeli hem de daha sağlıklı bir beslenme biçimi yaşam tarzı olması gereklidir… Fark etmeden zayıflama. Gelin sizi farkında olmadan zayıflatalım… Yardımcı alkali diyeti Alkadays’ın amacı; bedenin asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel, zihinsel ve emosyonel performansını artırmaktır. Kişinin kilo denetimini sağlamak, mevcut hastalıklarını tedavisinde tıbbi destek olmak ve koruyucu tıp programlarıyla uzun süreli sağlık halini güvenliğini sağlamaktır… Bir bardak suya ekleyeceğiniz 2-3 damla Alkadays içecek olduğunuz sıvının pH’ını 10a kadar yükseltir. Gün boyu aldığımız besinlerle oluşan asidik ortamı ki, bu asidik ortam hem sağlığımızı olumsuz etkisinin yanında vücudumuzun atamadığı toksinler birikerek yağlanmaya ve kilo almamıza neden olacaktır. İşte bu noktada da Alkadays kilo verirken, yağlarımızdan kurtulurken bizim en fazla ihtiyaç duyacağımız üründür… Yaşam kalitenizi arttırın. Daha sağlıklı bir yaşam için ilk adımı atın. Sağlığınızı riske atmayın… Bilimsel olarak kanıtlanmış uzmanlar tarafından tavsiye edilen tek formül”*** 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 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/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 maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No:** 2014/593

**Şikayet Edilen: Sayu Bilişim Asiye AYBEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.coffeefit-turkey.com](http://www.coffeefit-turkey.com) ve [www.coffeefit-yesilkahve.com](http://www.coffeefit-yesilkahve.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Yeşil Kahve”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.coffeefit-turkey.com](http://www.coffeefit-turkey.com) ve [www.coffeefit-yesilkahve.com](http://www.coffeefit-yesilkahve.com) adresli internet sitelerinin 22.08.2014 tarihli görünümlerinde; ***“Ekstra egzersiz programı uygulamadan zayıflama mucizesi… Termojenik etki dediğimiz terleterek yağları yakma yönteminden defalarca daha etkili sadece yeşil kahvede bulunan chlorogenic acid ile zayıflatır… Yan etkisiz, tamamen doğal, bakanlık izinli, toz yeşil kahve… Yeşil kahve bir gıda takviyesinden çok daha öte olmakla birlikte kişinin sağlığını koruyacak olan pek çok gerekli vitamin özü ve besin içeriğini de sunmaktadır. Bu sayede hem sağlıklı bir şekilde kişinin vücudunun korunması sağlanırken hem de bu süreçte tamamen sağlık ve doğal yollardan kilo vermesi sağlanmaktadır. Bu süreç boyunca da metabolizmanın düzgün ve hızlı bir şekilde çalışmasının oldukça büyük bir önemi bulunmaktadır… İçeriğindeki kafein ve klorojenik asit sayesinde, yağ yakımını hızlandırır ve zayıflatır. Bazal metabolizmayı hızlandırır. Kalori yakımını hızlandırır ve kilo verme sağlar. Çok yüksek antioksidan etkiye sahiptir, serbest radikallerin zararlı etkilerini önler. Enerji verir, yorgunluğa ve halsizliğe iyi gelir. Şeker hastalığı riskini azaltıcı etkisi vardır. Hipertansiyon üzerinde iyileştirici etkisi vardır… Kitleleşen yağları, özellikle kol altı, göbek ve basen bölgesindeki yağları eritmek vücudun bütün metabolizmasını etkileyen bir durumdur. Bu yağları ameliyatsız sadece klorojenik asit içeren ürünlerle eritebilirsiniz… Sadece zayıflatma etkisi bulunan ve metabolizmayı çalıştıran tek ürün yeşil kahvedir. Yağ kütlelerinin eritilmesinde gösterdiği başarı bilimsel olarak kabul edilmiştir.”*** 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 ve 5/d maddeleri;

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1 ve 42/2 maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**39)**

**Dosya No:** 2014/656

**Şikayet Edilen: Çıtak Medikal Murat ÇITAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.alkalidiyeti.co adresli internet sitesinde yer alan ***“Alka Days”*** isimli gıda takviyesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkalidiyeti.co](http://www.alkalidiyeti.co) adresli internet sitesinin 21.05.2014 tarihli görünümünde; ***“Farketmeden zayıflama… Bu formülle göbeğinizdeki yağlar eriyor… 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 sitesinde 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 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/, 42/2 ve 42/5-a maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çıtak Medikal Murat ÇITAK** 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.

**40)**

**Dosya No: 2014/591**

**Şikayet Edilen: Nn İnteraktif Pazarlama Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.10dayszayiflama.gen.tr](http://www.10dayszayiflama.gen.tr) adresli internet sitesinin 03.03.2014 tarihli görünümünde; ***“Bakanlık izinli”***ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde “10days” adlı zayıflama ürününün tüm etki ve sonuçları ile ilgili Bakanlık tarafından onaylandığı algısının oluşturulduğu, oysa ilgili Bakanlıkça düzenlenen üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik izin ve ruhsat gibi belgelerin söz konusu ürünün etkilerine ilişkin bir onay/izin teşkil etmediği, dolayısıyla tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı mahiyetteki söz konusu tanıtımların,

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

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 15/a, 15/b, 17 ve 21 inci maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Nn İnteraktif Pazarlama Gıda Sanayi 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 maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2014/1293**

**Şikayet Edilen: Merihcan BAYTAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sarimsak-cayi.com](http://www.sarimsak-cayi.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Sarımsak Çayı”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.sarimsak-cayi.com](http://www.sarimsak-cayi.com) adresli internet sitesinin 23.09.2014 tarihli görünümünde; ***“Fahriye Evcen’in sarımsak çayı ile kilo vermenize destek... Angelina Jolie’den Fahriye Evcen’e kadar… Sağlıklı bir şekilde kilo verdirmeye yardımcı, yağ yakmaya yardımcı, sindirim sistemini düzenlemeye yardımcı, metabolizmayı hızlandırmaya destek olur… Bitkisel ve doğal yollarla zayıflama konusunda uzman olan Dr. Ender Saraç, bizlere kısa sürede doğal zayıflamaya yardımcı olacak sarımsak çayı tarifini değişik seferlerde televizyon programlarında verdi… Bugün’de yer alan habere göre, Dr. Ender Saraç da sağlıklı yaşam ve zayıflamak için sarımsak çayını tavsiye ediyor. Saraç, Zayıflama sürecini hızlandırmaya yardımcı bu çay içilmeli diyor… Diğer çaylara hiç benzemiyor. Sarımsağın kuvveti ve antioksidan özelliği ile kilo vermenize ayrıca destek olur… Ender Saraç’ın programında özellikle belirttiği sarımsak çayını satın alırken lütfen hologramlı ve faturalı ürün olmasına dikkat edin… Sarımsak çayı metabolizmayı hızlandırmaya, sindirim sisteminin düzenlenmesine, bağırsakların çalışma hızını dengelemeye, tokluk hissi vermeye, açlığı bastırmaya, bağışıklık sistemini kuvvetlendirmeye destek olarak vücudun halsiz düşmesini engellemeye yardımcı olur. Vücuda enerji ve zindelik vermeye destek bir çaydır.”*** 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 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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2014/853**

**Şikayet Edilen: Merihcan BAYTAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.yesilkahveresmisite.com](http://www.yesilkahveresmisite.com) adresli internet sitesinin 09.05.2014 tarihli görünümünde; ***“Yeşil kahve içerek kilo vermeye başlayın. Hücrelerinizden toksinleri atmaya yardımcıdır. Kalorinizi daha hızlı yakmaya yardımcıdır. Uyarıcı özelliği ile zinde ve açık tutar… Yeşil kahve çekirdeği kavrulmamış ve diğer kahve türlerine göre işlem görmemiş kahvedir. Hızlı ve sağlıklı kilo vermeye destek olur. Yağ moleküllerini parçalamaya yardımcı olur… Bağışıklık sistemini korumaya yardımcı, sorunlu bölgelerde yağ yakmaya destek… Vücuttan toksinlerin atılmasına yardımcıdır… Dr. Mehmet Öz Yeşil Kahve Çekirdeği'ni öneriyor. Diğer kahveler gibi kavrulmayan Yeşil Kahve Çekirdeği kilo vermeye yardımcı olarak Klorojenik Asit içerir. Mehmet Öz yeşil kahve için Amerika'daki televizyon programında bu kahve çekirdeklerinin kilo kaybına ve yağ yakımına yardımcı olduğunu doğruladı. Metabolizmayı hızlandırarak vücudun kalori harcama düzeyini arttıran yeşil kahve çekirdeğinin kilo vermek isteyenlere diyet ve sporun yanında yardımcı olacağını dile getirdi.”*** 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, 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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Merihcan BAYTAK** 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.

**43)**

**Dosya No: 2014/1518**

**Şikayet Edilen: Yasemin Şifalı Bitkiler ve Doğal Ürünler Yasemin BERBER**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.alkadaysitesi.com](http://www.alkadaysitesi.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Alka Days”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkadaysitesi.com](http://www.alkadaysitesi.com) adresli internet sitesinin 17.11.2014 tarihli görünümünde; ***“Son zamanlarda zayıflama gerçekleştirmek isteyen birçok ünlü tarafından tercih edilen ve tavsiye edilen etkiler arasında Alka Days büyük bir önem taşımaktadır. Diyet yapmanın temel amaçları arasında yer alan doğru beslenmeyi sağlamak için özellikle iştah kapatıcı bazı besinlerin de yardımcı olabilmesi, etkili sonuçları doğuracak önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu tür iştah sorunları için hızlı bir etki gösteren Alka days ile diyet programlarınızı artık ertesi gün bırakmayacaksınız. Kısa süre içerisinde ektili bir şekilde kilo vermenize yardımcı olacak bu damla sayesinde tüketmiş olduğunuz sıvıların zayıflamaya yardımcı olmasını sağlayabilirsiniz… Yaşam kalitenizi arttırın. Daha sağlıklı bir yaşam için ilk adımı atın. Sağlığınızı riske atmayın… Alkali beslenmek hiç bu kadar lezzetli ve kolay olmadı. Bağışıklık sisteminizi güçlendirmenin en kolay yolunu keşfedin. Bilimsel olarak kanıtlanmış uzmanlar tarafından tavsiye edilen tek formül… Ben fark ettim… Onlu yaşlarımdan beri kilolarımla savaşmış, gördüğü her diyet programını uygulamış, bu konuda gazete ve dergilerde ne gördüyse kesip saklamış biri olarak, gerçekleri içinde bulunduğum altmışlı yaşlarda farkettiğim için gerçekten hayıflanıyorum.-Ayşe Cansever… Bu sevinci bana yaşatan Alkadays ailesine sonsuz teşekkürlerimi sunarım.- Serap Taşpınar… Uzmanlar şimdiye kadar olan diyet önerilerindeki eksik kalan parçanın vücudun asit-alkali dengesinin daima korunması gerekliliği olduğunu söylüyor. Daha sağlıklı… Daha aktif… Daha canlı…”***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 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/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 maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yasemin Şifalı Bitkiler ve Doğal Ürünler Yasemin BERBER** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2014/1069**

**Şikayet Edilen: Muhammet ARĞA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.kambocyazayiflama.com](http://www.kambocyazayiflama.com) adresli internet sitesinin 02.07.2014 tarihli görünümünde; ***“Dr. Öz’ün mucize buluşu!... Şimdi yağlarınızdan kurtulmanın tam zamanı!... Dr. Mehmet Öz’ün önerdiği Garsinya Kamboçya ile sağlıklı şekilde kilo verin… Dünyanın 1 numaralı yağ yakıcısı… Dr. Öz’ün tanıttığı en etkili formül… Kamboçya Garsinya özü kalbinizi koruyan HCA içermektedir. HCA=Hydroxycitric Acid stres hormonlarınızı yöneterek kolayca yağ yakmanızı sağlayabilir… İlk olarak 2012 yılında Dr. Mehmet Öz’ün programında tanıtılan “mucizevi ürün” Garcinia Cambogia için Dr. Mehmet Öz şunları söylüyor: Diyetle, egzersizle uğraşmadan sadece bu hapı alarak beden ölçünüzün küçüldüğünü fark edeceksiniz ve tek derdiniz hangi elbiseyi almak olabilir… İştahı kontrol altına almayı sağlar. Şeker ihtiyacını giderir. Kilo vermenizi sağlar. Seratonin hormonu salgılamanızı sağlar, daha iyi uyumanızı da. Stres kontrolüne yardımcı olur.”*** 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 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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**45)**

**Dosya No: 2014/1503**

**Şikayet Edilen: Aktaryum Mühendislik Tur. Bah. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.aktaryum.com](http://www.aktaryum.com) adresli internet sitesinin 18.11.2014 tarihli görünümünde; ***“Atom Çayı: Kış aylarında vücut direncini arttırır. Üşümeyi önler. Öksürüğü giderir. İshali kestiği, vücudu terlettiği, bağışıklık sistemini güçlendirdiği, bağırsak bozukluklarını giderdiği, beynin çalışması üzerinde etkileri olduğu, kolesterolün düşürülmesinde yardımcı olduğu, antibakteriyel özelliği olduğu, kansere karşı koruyucu olduğu, bulantıları giderdiği ve kusmaları önlediği klinik çalışmalarca gösterilmiştir… Maurers Orijinal İsveç Şurubu: … Safra kesesi ağrılarını dindirir. Safrakesesi bölgesine ayrıca kompres uygulanmalıdır… Şurubu sabah akşam kullananlar başkaca ilaca gerek duymayabilirler. Çünkü o bedeni güçlendirir. Kısacası, bedeni hastalıklara karşı güçlü kılar (bağışıklık sistemini güçlendirir), yüzü gençleştirir ve güzelleştirir… Kazalar sonunda oluşan kanamalara ilk yardım olarak, hemen bol şuruplu bir kompres yapılacak olursa, hastaneye ulaşana kadar kanama durmuş olabilir. Eziklerde, örneğin otomobil kapısına sıkışan parmağa hemen bir kompres yapılacak olursa, ağrı diner, parmak morarmaz, şişmez ve tırnak düşmez... Rose Garden: … Bu karışım tüm eklem yerlerinde etkili bir yenileme sağlayarak romatizma-iltihaplı romatizma-sıvı kayıpları ve kıkırdak dokudan kaynaklanan ağrıyı dindirerek tekrar ağrı oluşumunu durdurmaktadır… Propolis Likit: … Bağışıklık sistemini güçlendirmede, zararlı mikroorganizmalara karşı geniş antibakteriyel, antiviral, antifungal etki sağlanmasında, üst solunum yolları (bronşit, astım) hastalıklarında, ağız ve diş sağlığının korunmasında gibi durumlarda yardımcı ve destektir.”***

Diğer taraftan, anılan internet sitesinin 18.11.2014 tarihli görünümünde; ***“Mecitefendi Sarımsak Şampuanı: Saçları güçlendirici, antioksidan, antiviral, antibakteriyel, antifungal ve antidandruff (Kepek giderici) özelliklere sahip saç dökülmesine karşı etkili… Doğacı Kayısı Kremi : … Gözaltı ve cilt kırışıklıklarını giderirken hücreleri besleyerek gerginleştirmektedir… Kuru, yıpranmış ve hassas ciltleri tedavi eder… Arap Kızı Kremi: Bembeyaz olmak sizin elinizde! Tüm kırmızı noktalar, yüzeye yakın tüm kılcal damarların verdiği kötü görüntüyü ortadan kaldırmaya yardımcıdır. En güzel yani bu kremin istediğiniz zaman teninizden arınıyor olmasıdır. Kolaylıkla temizleyebilirsiniz… Arap Kızı adlı krem, çillere, güneş lekelerine, vücut lekelerine ve sivilce izlerine bire bir… Ürün bir hafta düzenli kullanıldığı takdirde hemen sonuç verebilir ve lekeleri ortadan kaldırabilir. Çillere, güneş lekelerine, vücut lekelerine ve sivilce izlerini yok etmekte yardımcıdır. Tüm yağlı, sivilceye meyilli, sorunlu ciltlerde 1 hafta düzenli uygulandığında etkisini hemen gösterebilir.”*** 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 ilgili ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, anılan 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 ncı, 7/1, 40/1, 42/1 ve 42/2 nci maddeleri,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**46)**

**Dosya No: 2014/1512**

**Şikayet Edilen: Efe Yaşam Marketi Kurye Hizmeti Sevgi ŞANLITÜRK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.alkadayszayiflamadiyeti.com](http://www.alkadayszayiflamadiyeti.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Alka Days”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkadayszayiflamadiyeti.com](http://www.alkadayszayiflamadiyeti.com)adresli internet sitesinin 14.11.2014 tarihli görünümünde; ***“Mucize alkali diyetiyle kilo verdim.- İkbal Gürpınar. Prof. Dr. Ahmet Maranki öneriyor. Deniz Seki 2 ayda nasıl zayıfladı?... Son yılların en çok yapılan diyeti. Alkadays alkali seviyesini yükseltir ve bu doğrultuda yağ yakımını hızlandırır. Kilo vermek ilk hedef olduğu için, zayıflarken sağlığımızı olumsuz etkileyebileceğimizi düşünmüyoruz bile. Oysaki diyet seçerken hem kalıcı kilo denetimi hedeflenmeli hem de daha sağlıklı bir beslenme şekli yaşam tarzı olmalıdır… Alkadays’ın amacı; bedenin asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel, zihinsel ve emosyonel performansını artırmaktır. Kişinin kilo denetimini sağlamak, mevcut hastalıklarını tedavisinde tıbbi destek olmak ve koruyucu tıp programlarıyla uzun süreli sağlık halini korumaktır… Bir bardak suya ekleyeceğiniz 2-3 damla Alkadays içecek olduğunuz sıvının pH’ını 10a kadar yükseltir. Gün boyu aldığımız besinlerle oluşan asidik ortamı ki, bu asidik ortam hem sağlığımızı olumsuz etkisinin yanında vücudumuzun atamadığı toksinler birikerek yağlanmaya ve kilo almamıza sebep olacaktır. İşte bu noktada da Alkadays kilo verirken, yağlarımızdan kurtulurken bizim en fazla ihtiyaç duyacağımız üründür… Yaşam kalitenizi arttırın. Daha sağlıklı bir yaşam için ilk adımı atın. Sağlığınızı riske atmayın… Bilimsel olarak kanıtlanmış uzmanlar tarafından tavsiye edilen tek formül… Faydaları: … Asitlenmeye bağlı kemikten kalsiyum kaybını azaltır. Vücudun asit yükünü gidermek için kullanılan magnezyumun bir kısmı kemikten bir kısmı da kaslardan çalınır. Kasta azalan magnezyum kas kramplarına ve halk arasında kulunç tabir edilen fibromiyaljilere sebep olur. İçine pH damlası eklenen yüksek su içmek bu şikayetleri azaltır. Ağızdaki asitlenmenin sebep olduğu diş çürükleri ve kötü kokuyu engeller. Mide yanması ve reflü şikayetlerini azaltır. Böbrek taşı oluşumunu engellemeye yardımcı olur. Fazla kahve ve çay tüketmenin asitlenmeye katkısını azaltmak için, içlerine pH damlası eklenebilir. Tadını değiştirmeden içilen kahve ve açın asit pH'ını azaltır. Tansiyonu etkilemez. İçindeki diğer mineraller vücuttaki elektriğin daha iyi akmasına yardımcıdır… Başarı hikayeleri: …Şimdiye kadar katı diyet programları ile 4-6 kg arasında verdim… İşte hayatımın bu noktasında ilk defa alkadays ürünüyle tanıştım, denildiği gibi fark etmeden, anlamadan ama geçekten zorlanmadan aç kalmadan kilolar gitti. 45 günde tamı tamına 13 kilo verdim ve benim yeme alışkanlığım değişti…-Ayşe Cansever… 2 ayda toplam 18 kg verdim, görünütüm çok farklı, çok mutluyum, aç kalmadım, her şeyi yedim…-Serap Taşpınar…2 ayda toplam 18 kilo vererek 69 kiloya indim… Kilo verip sağlıklı bir vücuda sahip olmamı sağlayan Alkadays ürününe ve firmasına çok teşekkür ederim.-Nimet Çetinkaya”***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 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 42/5a-b-c maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Efe Yaşam Marketi Kurye Hizmeti Sevgi ŞANLITÜRK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2014/1006**

**Şikayet Edilen: Garlex Naturel Ürünler Alp ARSLAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ruyaurunler.com](http://www.ruyaurunler.com) ve [www.garlex.com.tr](http://www.garlex.com.tr) adresli internet sitelerinde yer alan muhtelif ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ruyaurunler.com](http://www.ruyaurunler.com) adresli internet sitesinin 01.09.2014 tarihli görünümünde;***“Egert Spirulina: Zayıflama: Günde 3 defa 3 tablet 3 ay, Yorgunluk, Baş dönmesi: Günde 3 kez, 5 tablet 30 gün, Stres: Günde 3 defa, 5 tablet Sürekli, düzenli kullanım… Alerjik vakalarda: Günde 3 kez, 6 tablet Sürekli, düzenli kullanım, Kolesterol: Günde 2 defa, 5 tablet 30 - 60 gün… Diyabet: Günde 3 defa 5 tablet 2 ay içinde şeker düzeyi normale iner, Kronik Hepatit: Günde 3 defa 5 tablet 1-3 ay, Peptik ülser: Günde 3 defa 5 tablet 1 - 3 ay, Siroz: Alkol almadan önce 10 tablet Alkol krizine girmede kısmen koruyuculuk sağlar… Radyasyona maruz kalma vakaları: Günde 3 defa, 6 tablet 45 gün ve daha fazla kullanım, Kanser: Günde 3 defa, 5 tablet Sürekli, düzenli kulanım, Böbrek Hastalıklarında: Günde 2 kez, 2 kapsül Sürekli, düzenli kullanım.”***

Diğer taraftan, anılan internet sitesi ile [www.garlex.com.tr](http://www.garlex.com.tr) adresli internet sitesinin 01.09.2014 tarihli görünümlerinde; ***“Garlex Sarımsak Özlü Şampuan: Doğal sarımsak özü kafa derisindeki sebum üretimini düzenlemede, kepeği kesmede ve saç diplerini ve kökünü korumada ve güçlendirmede kullanılır. Son zamanlarda yapılan geniş çaplı araştırmalar, sarımsağın saç büyümesine antienflamatuar, antibakteriyel ve anti fungal özellikler gibi birçok sıhhi faydasını gösteriyor. Araştırmalar, ayrıca, sarımsağın zayıf kan dolaşımını düzene soktuğuna da dikkat çekiyor. Sarımsak sülfrik bileşiğinden dolayı antiseptik özelliğe sahiptir… Red Pepper Jel: Uygulandığı bölgede yağ yakışını hızlandırarak bölgesel olarak incelme, yağ birikimi görünümünü, portakal kabuğu görüntüsünü azaltmaya ve zayıflatmaya yardımcı bir üründür. Düzenli kullanımda uygulanan bölgenin incelmesine, sıkılaşmasına, pürüzsüz ve canlı görünmesine yardımcı olur… Göreceksiniz ki 4-10 hafta zarfında düzenli uygulama neticesi ile istediğiniz ölçülere, perhiz ve rejimsiz sahip olmuşsunuz… Garlex Saç Bakım Serumu: Saç dökülmesini ciddi oranda durdurur. Yeni saç oluşumunu destekler. Saçlara hacim kalınlık kazandırır. Saçların hızlı uzamasını sağlar. Minik tüycükleri besleyerek yeniden saç haline gelmesini destekler.”***

Ayrıca, [www.ruyaurunler.com](http://www.ruyaurunler.com) adresli internet sitesinde Tarım ve Köyişleri Bakanlığı logosu ile birlikte ***“Ürünlerimiz Tarım ve Köyişleri Bakanlığı onaylıdır.”*** ifadesine, [www.garlex.com.tr](http://www.garlex.com.tr)adresli internet sitesinde ise ***“5324 sayılı Kozmetik Kanununa uygun üretilmiştir… T.C. Sağlık Bakanlığı”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ruyaurunler.com](http://www.ruyaurunler.com) adresli internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünler ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu,

Diğer taraftan, [www.ruyaurunler.com](http://www.ruyaurunler.com) ve [www.garlex.com.tr](http://www.garlex.com.tr) adresli internet sitelerinde bulunan ve Kozmetik Mevzuatına tabi olan tüm 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,

Ayrıca, [www.ruyaurunler.com](http://www.ruyaurunler.com) adresli internet sitesinde söz konusu ürünlerin tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, dolayısıyla tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı mahiyetteki söz konusu tanıtımların,

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

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 157a, 15/b, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2014/1505**

**Şikayet Edilen: Bahar Bitkisel Mehmet ÇIRAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.baharbitkisel.com](http://www.baharbitkisel.com) adresli internet sitenizin 19.11.2014 tarihli görünümünde; ***“Ziya Dede Bomba Çayı: Vücuda ferahlık verir, iştahı açar, karın ve baş ağrılarına, damar tıkanıklıklarına, vücudun direnç kazanmasına, vücut ısısının artmasına, gazların giderilmesine, gribe, soğuk algınlığına, nezleye, solunum yollarının rahatlamasına, vücuttaki mikropların kırılmasına iyi gelir… Talya Acıbadem Yağı: Bedenin ve zihnin yorgunluğunu giderir. Kabızlık giderir. Böbrek ve akciğer hastalarına faydalıdır. Göğsü yumuşatır, öksürük kesicidir… Adaçayı (Elma) Yağı: Gaz söktürücü, ter kesici, idrar arttırıcı etkileri vardır. Yara iyi edici ve antiseptik olarak kullanılmaktadır. Bebekler için gaz gidericidir. Ayrıca bronşit astım ve bayanlarda adet düzensizliğinde kullanılır… Goji Berry (Kurt Üzümü): Dolaşımını hızlandırıyor, cilt metabolizmasına karışıyor, epidermis ve hypodermisteki oluşacak zararları geciktiriyor, anti-aging etkisi yaratıyor. Kas ve vücut yapısını korumak amacıyla aldıkları sentetiklerin yaptıklarını doğal enzimlerle gerçekleştirerek vücut yapısına katkıda bulunur. Sex fonksiyonlarında artma gösteriyor… Barut Ağacı Kabuğu- Cinnemalı 9’lu Form Çay: Metabolizmanızı hızlandırır. Hazımsızlığa iyi gelir. Sindirimi kolaylaştırır. Vücutta depolanan yağların yakılmasına yardımcı olur. Güçlü bir antioksidan olması sebebiyle vücuttan toksinleri atar… Altın Çilek (Yer Kirazı) Kurusu: Kilo vermeye yardımcı özelliğiyle bilinir. Diyabet (şeker) hastalarına faydalı olduğu gözlemlenmiştir. Antioksidan açısından zengindir. Kalp, verem ve idrar yolu rahatsızlıklarının tedavisinde yardımcı olarak önerilir… Metabolizmanın hızlı çalışmasına yardımcı olur. Kan dolaşımını düzenlemede pozitif etkileri vardır. Kalorisi azdır. Sindirim sistemindeki parazitleri yok etmeye yardımcı olur… Prostat ve solunum yolu hastalıklarının tedavisinde olumlu etkileri olduğu gözlenmiştir.”***

Diğer taraftan, anılan internet sitesinin 19.11.2014 tarihli görünümünde; ***“Arap Kızı Kremi: Beyazlaşmak ve buna bağlı cilt temizlikleri Arap Kızı Kremiyle mümkün. Arap Kızı Kremi kılcal damarları harekete geçirerek yeni bir cilde kavuşmanıza yardım eder. Arap Kızı Kremi cildinizin beyazlaşmasına yardım ettiği gibi sivilcelerde, lekelerde, yara ve yanık izlerde etkili olmaktadır… Sivilce veya benzer izler bulunan bölgelerdeki ölü veya mikroplu dokuları temizleyerek yeniden canlanmasına ve hücrelerin çoğalmasını sağlamaktadır. Özellikle sigara içen insanlarda görülen hücre ölümü yüzün cansız kötü bir görüntü vermektedir. Tahmini etki süresi 5 ile 1 hafta arasında yüksek etki görebilir yeni yüzünüze merhaba diyebilirsiniz. Sorunlu bölgelerde kullanım devamlılığı sağlanmalı leke ve izler kökten silinene kadar bu işlem devam etmelidir… Longda Grand Gnreux Göğüs Büyütücü Krem: Bu ürün, göğüslerdeki kan dolaşımını hızlandırmak, hücre metabolizmasını iyileştirmek ve deri altındaki yağ toplanmasını hızlandırırken hücreleri yeniden büyütmek için doğru oranlarda karıştırılmış birçok çeşit bitkiyi içerir. Bu ürün, göğüslerin hızlı şekilde büyüyüp, güçlü, yuvarlak ve pürüzsüz olması için derinin esnekliğini tam anlamıyla sağlayabilir… Ürünün içeriği galaktofor ve acinus'un tekrar yapılandırılmasında ve genişlemesinde östrojeni taklit ederek yardımcı olur. Göğsün yağ birikimini destekler. Bu ürün vücudunuzdaki yağ oluşumunu yönlendirir, diğer bir değişle yağı göğsünüzün diğer bölgelerine taşır. Köpek Balığı Yüzgeci Özlü Peeling: Cilde çok hızlı bir şekilde nüfuz ederek ciltteki ölü derileri temizleyerek, gözenekleri içindeki yağ ve kirlerden arındırarak derinlemesine temizlik yapar. Cilde ve kırışıklıklara faydalıdır (Antioksidan etki). Aynı zamanda çok kolaylıkla oksijeni absorbe eden ve hücrelerin ihtiyaç duyduğu oksijenin dağıtılmasına yardımcı olur. Cildin beslenmesine, daha güzel bir görünüm sağlamasına, Kan dolaşımının düzenlenmesine yardımcı olur. Köpek Balığı Karaciğer Yağı’nın Faydaları: Kandaki lökosit (akyuvar), eritrosit (alyuvar) ve trombosit miktarının yükseltilmesine yardımcıdır. Vücudun bağışıklık sistemini (immune system) güçlendirir… Yavaş iyileşen yaraların iyileşme sürecini hızlandırabilir. Kan dolaşımının düzenlenmesine yardımcı olur.”*** 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 ilgili ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, anılan 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 ve 42/2 maddeleri,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**49)**

**Dosya No: 2014/1329**

**Şikayet Edilen: Kübra PELEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.epimedium.](http://www.epimedium.)gen.tr ve [www.epimedium.biz](http://www.epimedium.biz) adresli internet sitelerinde ***“Epimedyumlu Macun”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.epimedium.](http://www.epimedium.)gen.tr adresli internet sitesinin kapalı olduğu ve yine şahsa ait [www.epimedium.](http://www.epimedium.)biz adresli internet sitesine yönlendirme yaptığı, [www.epimedium.](http://www.epimedium.)biz adresli internet sitesinin 26.09.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise, *“****Epimedyumlu Macun*** *– Themra Epimedyumlu Macunun faydaları saymakla bitmez. Buraya en önemli 4 özelliğini yazıyoruz. Epimedyumlu Macun erkeklerde ve bayanlarda cinsel güce destek sağlar. Cinsel isteğin yanı sıra cinsel güçte de artış sağlamak için yardımcı olur. Cinsel ilişki sırasındaki ereksiyon olamamanın verdiği stresi, korkuyu ve giderme adına destek sağlar. Sperm sayısı, hareketliliği ve kalitesi konusunda destek sağlar. Aşağıdaki durumları yaşayan herkes Themra Epimedyumlu macunu kullanabilir. Kullanılmasında herhangi bir sorun teşkil etmez. Besin takviyesidir. İktidarsızlık çekenler(sertleşme süresinin az olması), Cinsel isteksizliği olanlar, Erken boşalma sorunu olanlar, Cinsel birleşme sırasında stres ve korku yaparak ereksiyon (boşalma) olamayanlar, Cinsel ilişki sayısında yetersiz olanlar, Cinsel ilişki süresinde yetersiz olanlar, Sperm sayısı eksik olanlar…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.epimedium.](http://www.epimedium.)gen.tr ve [www.epimedium.biz](http://www.epimedium.biz) adresli internet sitelerinde **“Epimedyumlu Macun”** 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, “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 ve “Sağlık Beyanları” başlıklı 42/1 ve 42/2 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**50)**

**Dosya No: 2014/1384**

**Şikayet Edilen: Nobel İlaç San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.nblprobiyotik.com](http://www.nblprobiyotik.com) adresli internet sitesinde ***“NBL Probiotic ATP”*** *,* ***“NBL Probiotic Optima”*** *,* ***“ NBL Probiotic Gold”*** ve ***“NBL Gynobiotic”*** isimli gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.nblprobiyotik.**](http://www.nblprobiyotik.)**com adresli internet sitesinin 12.09.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;** *“* *–* ***NBL Probiotic ATP –*** *Gaz, ishal, kabızlık ve karında şişkinlik problemlerinin giderilmesine yardımcı olur. Bağışıklık sistemini destekler. Besin alerjilerinin ve atopik dermatiti önlemeye yardımcı olur…* ***NBL Probiotic Optima*** *– Sindirim sistemi konforu sağlanmasına yardımcı olur. Bağışıklık sistemini destekler…*  ***NBL Probiotic Gold –*** *Akut ishal ve kabızlık problemlerinin giderilmesine hızlı çözüm sunar. Irritable bağırsak sendromu semptomlarının hafifletilmesinde kullanılır. Bağışıklık sistemini güçlendirir…* ***NBL Gynobiotic –*** *Tekrarlayan akıntı problemine çözüm sunar. Kötü koku, kaşıntı gibi problemleri engeller. Antibiyotik kullanımı sonrası ve adet dönemi sonrası oluşan akıntıyı çözmeye yardımcı olur. İçeriğinde bulunan yaban mersini sayesinde idrar yolu enfeksiyonu tedavisine destek olur. Adet sonrası vajinal bakteri dengesini yeniden kurmayı sağlar…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.nblprobiyotik.com](http://www.nblprobiyotik.com) adresli internet sitesinde **“NBL Probiotic ATP”** , **“NBL Probiotic Optima”** , **“ NBL Probiotic Gold”** ve **“NBL Gynobiotic”** 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, “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 ve “Sağlık Beyanları” başlıklı 42/1 ve 42/2 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**51)**

**Dosya No: 2014/1534**

**Şikayet Edilen: Göktuğ Elektronik Yay. San. Tic. İşletmecilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Flash TV”*** logolu televizyon kanalında ***“Balderesi”*** markalı bala yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 17.09.2014 tarihinde **“*Flash TV”*** logolu televizyon kanalında ***“Balderesi”*** balına yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48 nci maddesinin 4 ncü fıkrasına göre mesafeli sözleşmelerde tüketicinin cayma süresi 14 gün olmasına karşın (01:00) Ekrem İncel: *“ Bu balı tüketiyorum sizlere de tavsiye ediyorum. Gönül rahatlığıyla arayın, siparişinizi verin, beğenmezseniz paranızı bir hafta içerisinde iade alın”* ifadelerine yer verilmekle birlikte alt yazıda Ekrem İncel’in ifadeleriyle çelişkili şekilde : *“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 alma etkileyecek önemli bir bilgi olan söz konusu hususun belirtildiği altyazıda, 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 tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 17.09.2014 tarihinde **“*Flash TV”*** logolu televizyon kanalında ***“Balderesi”*** balına yönelik olarak yayınlanan reklamlarda; 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48 nci maddesinin 4 ncü fıkrasına göre mesafeli sözleşmelerde tüketicinin cayma süresi 14 gün olmasına karşın (01:00) Ekrem İncel: *“ Bu balı tüketiyorum sizlere de tavsiye ediyorum. Gönül rahatlığıyla arayın, siparişinizi verin, beğenmezseniz paranızı bir hafta içerisinde iade alın”* ifadelerine yer verilmekle birlikte alt yazıda Ekrem İncel’in ifadeleriyle çelişkili şekilde: *“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 verilerek tüketicilerin yanıltıldığı*,* diğer taraftan tüketicinin satın alma kararını alma etkileyecek önemli bir bilgi olan söz konusu hususun belirtildiği altyazıda, 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 itibarla söz konusu tanıtımların;

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

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Göktuğ Elektronik Yay. San. Tic. İşletmecilik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **200.000.-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2014/1535**

**Şikayet Edilen: Göktuğ Elektronik Yay. San. Tic. İşletmecilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Flash TV”*** logolu televizyon kanalında ***“Balderesi”*** markalı bala yönelik olarak yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: 22.09.2014 tarihinde **“*Flash TV”*** logolu televizyon kanalında ***“Balderesi”*** balına 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 ifadelere yer verildiği, ayrıca 100 TL karşılığında bal satın alan ilk 500 tüketiciye hediye olarak gönderileceği iddia edilen Hürrem Takı Seti’nin piyasa değerinin 129 TL olduğu yönünde bilgilerin sunulduğu, reklamın devamında ise*“ 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.”* şeklinde diyalogların yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 22.09.2014 tarihinde firmanıza ait **“*Flash TV”*** logolu televizyon kanalında ***“Balderesi”*** balına 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 söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca 100 TL karşılığında bal satın alan ilk 500 tüketiciye hediye olarak gönderileceği iddia edilen Hürrem Takı Seti’nin piyasa değerinin 129 TL olduğu hususunun da ispata muhtaç olduğu, 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 olduğu,** dolayısıyla inceleme konusu reklamların bu hali ile;

- 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. maddesinin 3. bendi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı, “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 ve “Sağlık Beyanları” başlıklı 42/1 ve 42/2 inci maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliğinin “Tanımlar” başlıklı 4. Maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Göktuğ Elektronik Yay. San. Tic. İşletmecilik A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **200.000.-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2014/1611**

**Şikayet Edilen: Tuana Bitkisel Ürünler Koz. Gıda İnş. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “***Tuana”*** markalı balın ürün etiketi üzerinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün etiketi

**Tespitler**: Firmaya ait ***“Tuana”*** markalı balın 24.11.2014 tarihli ürün etiketi üzerinde yer alan tanıtımlarda *“Süzme salgı balı, güvenle al”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Tuana”*** markalı balın, 24.11.2014 tarihinde tespit edilmiş ürün etiketi üzerinde yer alan tanıtımlarda *“Süzme salgı balı, güvenle al”* ifadelerine yer verilmesine karşın, firmanız nezdinde gerçekleştirilen 29.09.2014 tarihli denetim esnasında firmadan alınan TKB341047431 numaralı ürün numunesi üzerinde yapılan analizler neticesinde, firmaya ait ***“Tuana”*** markalı balın *“Elektrik iletkenliği, Prolin miktarı, ve Diastaz sayısı”* bakımından Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliğine uygun olmadığı tespit edildiğinden, ürün ambalajı üzerinde yer alan *“Süzme salgı balı, güvenle al”* ifadesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, söz konusu tanıtımın 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 ve “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliğinin “Tanımlar” başlıklı 4. Maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tuana Bitkisel Ürünler Koz. Gıda İnş. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.000-TL (Onbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2014/1612**

**Şikayet Edilen: Tatlıtat Gıda İnş. Teks. İth. İhr. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “***Tat Tat”*** markalı balın ürün etiketi üzerinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün etiketi

**Tespitler**: Firmaya ait ***“Tat Tat”*** markalı balın 24.11.2014 tarihli ürün etiketi üzerinde yer alan tanıtımlarda *“Petekli Bal, Doğal Çiçek Balı”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Tat Tat”*** markalı balın, 24.11.2014 tarihinde tespit edilmiş ürün etiketi üzerinde yer alan tanıtımlarda *“Petekli Bal, Doğal Çiçek Balı”* ifadelerine yer verilmesine karşın, firma nezdinde gerçekleştirilen 29.09.2014 tarihli denetim esnasında firmadan alınan TKB341047432 numaralı ürün numunesi üzerinde yapılan analizler neticesinde, firmanıza ait ***“Tat Tat”*** markalı balın *“Prolin miktarı”* bakımından Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliğine uygun olmadığı tespit edildiğinden, ürün ambalajı üzerinde yer alan *“Petekli Bal, Doğal Çiçek Balı”* ifadesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, söz konusu tanıtımın 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 ve “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliğinin “Tanımlar” başlıklı 4. Maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 17 ve 21 inci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tatlıtat Gıda İnş. Teks. İth. İhr. Tur. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **10.000-TL (Onbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2014/822**

**Şikayet Edilen: Çaykur Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Çaykur Türkiye’nin Gerçek Çayı Budur”*** başlığı ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2014 – 27.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Açık Hava İlanı

**Tespitler:** ***“Çaykur”*** markalı çay ürünlerine yönelik olarak ***“Türkiye’nin gerçek çayı budur”*** başlığı altında 2014 yılı Mart-Temmuz döneminde ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda *“Çay antioksidan bir içecektir. bağışıklık sistemini güçlendirir, kemiklere faydalı aminoasitler içerir, sanılanın aksine çay uykusuzluğa iyi gelir. Şekersiz siyah çay içmek güçlü dişlere, sağlıklı diş etlerine ve taze bir nefese sahip olmaya yardımcı olur”* ifadeleri ile, *“Çaykur tartışmasız dünyanın en sağlıklı çayını üretir”*, *“Çaykur çay tarımında zirai ilaç kullanmaz, %100 doğaldır”*, *“Dünyada üzerine kar yağan tek çay üretim bölgesi Karadenizdir”* ve *“Dünyada ekvatoral kuşak dışında çay üretilen tek ülke Türkiye’dir”*gibi iddialara yer verildiği, söz konusu tanıtımlarda reklam sloganı olarak da ***“Türkiye’nin gerçek çayı budur”*** ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Çaykur”*** markalı çay ürünlerine yönelik olarak ***“Türkiye’nin gerçek çayı budur”*** başlığı altında 2014 yılı Mart-Temmuz döneminde ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak;

* Reklam filmlerinde yer verilen *“Çay antioksidan bir içecektir. bağışıklık sistemini güçlendirir, kemiklere faydalı aminoasitler içerir, sanılanın aksine çay uykusuzluğa iyi gelir. Şekersiz siyah çay içmek güçlü dişlere, sağlıklı diş etlerine ve taze bir nefese sahip olmaya yardımcı olur”* ifadelerinin insan sağlığı ile doğrudan ilişkili sağlık beyanları olduğu, mevzuatta belirtilen bazı istisnalar dışında hiçbir gıdanın etiket, tanıtım ve reklamlarında sağlık beyanlarına yer verilemeyeceği hüküm altına alınmış olmasına rağmen, reklamlarda yer aldığı şekliyle ifadeler kullanılmasının gıda ve sağlık mevzuatına aykırılık teşkil ettiği, bununla birlikte söz konusu ifadelerin doğruluğunun ispatlanamadığı;
* Çaykur reklam filmlerinde kullanılan *“Çaykur tartışmasız dünyanın en sağlıklı çayını üretir”* ve *“Çaykur çay tarımında zirai ilaç kullanmaz, %100 doğaldır”* ifadeleri ile *“Dünyada üzerine kar yağan tek çay üretim bölgesi Karadenizdir”* ve *“Dünyada ekvatoral kuşak dışında çay üretilen tek ülke Türkiye’dir”*ifadelerinin ispata muhtaç iddialar olduğu halde Kurumunuz tarafından söz konusu iddiaların ispatına yönelik somut veriler sunulamadığı;
* Çaykur reklam kampanyalarının sloganı olarak da kullanılan ***“Türkiye’nin gerçek çayı budur”*** ifadesinin Çaykur markalı çay ürünlerinin gerçek çay olduğu, diğer çay üreticisi firmaların ise gerçek çay üretmediği yönünde bir izlenim oluşturduğu, mevzuatta gerçek çay/gerçek olmayan çay şeklinde bir ayrım bulunmadığı halde **“Türkiye’nin gerçek çayı”** ifadesinin benzer ürünler arasında ayrıcalık yaratma ve diğer ürünleri kötüleme suretiyle haksız rekabete neden olduğu,

Tüm bu gerekçelerle tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olarak değerlendirilen 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. 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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Çaykur Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü** 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 **91.370-TL (Doksanbirbinüçyüzyetmiş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2014/602**

**Şikayet Edilen: Çaykur Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Durun bardaklarınızı atmayın!”*** başlıklı reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.06.2014 – 09.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı

**Tespitler**: Çaykur tarafından açık hava reklam panolarında yayınlanan reklamlarda ***“Durun bardaklarınızı atmayın! Rizemizin bardaklarınızı boyamayan, katkısız, gıda boyasız, sağlıklı Çaykur çaylarından için”*** ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Çaykur”*** markalı çay ürünlerine yönelik olarak 2014 yılı Haziran-Temmuz döneminde raket reklam panolarında yayınlanan ***“Durun bardaklarınızı atmayın! Rize’mizin, bardaklarınızı boyamayan, katkısız, gıda boyasız, sağlıklı Çaykur çaylarından için”*** ibareli reklamlarla Çaykur markalı ürünlerin dışında kalan çay ürünlerinin katkı maddesi ve gıda boyası içerdiği yönünde bir intiba uyandırıldığı, bu durumun çay endüstrisini karaladığı ve kötüleme yoluyla rakip çay markaları nezdinde dürüst rekabet ilkelerinin ihlal edildiği, bununla birlikte çay bitkisinin doğası gereği çay bardaklarında boyamaya yol açması nedeniyle reklamlarda yer verilen ***“Rizemizin bardaklarınızı boyamayan Çaykur çaylarından için”*** ifadesinin yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte değerlendirildiği; Türk Gıda Kodeksi Katkı Maddeleri Yönetmeliği ile Türk Gıda Kodeksi Siyah Çay Tebliği uyarınca siyah çayların içinde yabancı madde ve renklendirici bulunamayacağı hüküm altına alınmış olmasına rağmen, ***“katkısız, gıda boyasız, sağlıklı”*** ifadeleri ile bu uygulamanın sadece Çaykur tarafından münhasıran uygulandığı yönünde bir izlenim oluşturulduğu, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilen söz konusu reklamların,

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

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 13, 14 ve 21 inci maddeleri;

- 2008/42 sayılı Türk Gıda Kodeksi Siyah Çay Tebliğinin “Ürün Özellikleri” başlıklı 5 inci Maddesi ile “Katkı maddeleri” başlıklı 6 ncı maddesi,

-Türk Gıda Kodeksi Katkı Maddeleri Yönetmeliğinin 19/1 inci maddesi,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**57)**

**Dosya No: 2014/1059**

**Şikayet Edilen: Çaykur Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Çaykur Didi Soğuk Çay”*** markalı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Çaykur tarafından muhtelif televizyon kanallarında Çaykur Didi markalı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlarda, ***“Yalan yanlış bilgiler verip durma, Türkiye’nin Didi’den başka soğuk çayı mı var?”*** ve ***“Ben anlamam başka maşka, Türkiye’nin soğuk çayı Dididir Didi!”*** gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Çaykur Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü**’ne ait Çaykur Didi Soğuk Çay markalı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadelerde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir durumun bulunmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2013/1615**

**Şikayet Edilen: Koza İpek Basın ve Basım San. Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****Nzt 48****”*** isimli ürüne ilişkin [www.](http://www.cintopusiparis.net)saglik.bugun.com.tr adresli internet sitesinin 10.04.2013 tarihli görünümünde; “***Nzt 48 Beynin dopingi çıktı! Kusursuz bir zekaya sahip olmaya ne dersin? … İşte o Nzt-48 artık Türkiye’de. Beyninizi ileri düzeyde kullanmanıza en büyük destekçiniz Nzt48’in aynı zamanda zeka gelişimine büyük etkisi vardır. Uykusuzluk, yorgunluk, halsizlik, panik atak, odaklanamama sorunu, unutkanlık, stres ve gününüzü size zehir edebilecek tüm olumsuz özellikleri beyin fonksiyonlarını ve gücünü arttırarak hayatınızdan uzaklaştırıyor. İçeriğinin %100 bitkisel oluşu büyük dikkat çekiyor. Güven veriyor ve kullananlar tarafından yan etkisi görülmüyor. Beyninizi normalden çok daha ileri seviyede kullanmanıza yardımcı oluyor! Memurlar, öğretmenler, öğrenciler, Bankacılar, Girişimciler, Yazılımcılar ve daha onlarca sektörden milyonlarca insan Nzt-48 kullanıyor ve başarılarında Nzt-48’in oldukça payı olduğunu söylüyorlar. Vücudun ihtiyaç duyduğu tüm vitaminleri aldırıyor. Zehir gibi bir kafaya sahip olmanın mutlak yolu Nzt-48’den geçiyor.”*** 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 6/1, 6/2, 6/3, 6/4, 7/1, 40/1, 42/1, 42/2, 42/5-a maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17 nci ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Koza İpek Basın ve Basım San. 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.

**59)**

**Dosya No: 2014/1242**

**Şikayet Edilen: G-Liz turizm Kozmetik Gıda İnşaat Elektronik İletişim Kuyumculuk İmalat İth. İhr. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****Peppertime****”*** isimli ürüne ilişkin [www.](http://www.cintopusiparis.net)peppertimeturkiye.com adresli internet sitesinin 15.08.2014 tarihli görünümünde; “***Zayıflama için en geçerli yol olan “terleme” ile kilo vermenizi sağlayan Pepper Time Plus tıpkı spor yapmış gibi vücut metabolizmanızı hızlandırdığı için oturduğunuz yerden yağ yakar, zayıflarsınız. Üstelik koşmadan, yorulmadan, aç kalmadan, bitkin ve halsiz düşmeden. Yenilenmiş pepper time plus ile sizi bekleyenler: göbek, basen, bel gibi bölgesel yağlar ve hareketsiz bölgeler için daha hızlı yağ yakımı. İçeriğine eklenen yeni bileşenlerle artan Termojenik etki ile metabolizmayı güçlendiren ile daha hızlı ve daha sağlıklı zayıflama, yemek yeme isteğiniz daha çok azalıyor, tek öğün ile gün boyu enerji dolusunuz! Test sonuçlarına göre vücut yağ yakımı oranında %11 artış”*** 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;

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 6/1, 6/2, 6/3, 6/4, 7/1, 40/1, 42/1, 42/2, 42/5-a maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13, 17 nci ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **G-Liz Turizm Kozmetik Gıda İnşaat Elektronik İletişim Kuyumculuk İmalat İth. İhr. San. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TURİZM**

**60)**

**Dosya No: 2014/1114**

**Şikayet Edilen: MNK Turizm ve Otelcilik ve Dış Tic. Ltd. Şti. adına Mehmet Nuri Karakuş**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Lausos Palace Hotel isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmemiş olmasına rağmen, [www.lausospalaceistanbul.com.tr](http://www.lausospalaceistanbul.com.tr) adresli internet sitesinin 27.11.2014 tarihli görünümü ile [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 20.11.2014 tarihli görümünde 5 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Lausos Palace Hotelisimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca belgelendirilmemiş olmasına rağmen, [www.lausospalaceistanbul.com.tr](http://www.lausospalaceistanbul.com.tr) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinin sırasıyla 27.11.2014 ve 20.11.2014 tarihli görünümlerinde 5 yıldız işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a ,7/c-6, 7/c-8, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **MNK Tur. Ve Otelcilik ve Dış Tic. Ltd. Şti. Adına Mehmet Nuri Karakuş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2014/1436**

**Şikayet Edilen: Ay-Doğdu Tur. Otelcilik İnş. Taş. San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cotyora.com](http://www.cotyora.com) adresli internet sitesi ile tesise ait kartvizitler ve tesis mahallinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava, kartvizit

**Tespitler:** Cotyora Otel isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2 yıldızlı olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.cotyora.com](http://www.cotyora.com) adresli internet sitesinin 27.06.2014 tarihli görünümü ile tesise ait kartvizitler ile açık hava mecralarında 3 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Cotyora Otelisimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca 2 yıldızlı olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, , [www.cotyora.com](http://www.cotyora.com) adresli internet sitesinin 27.06.2014 tarihli görünümü ile tesise ait kartvizitler ile açık hava mecralarında 3 yıldız işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a ,7/c-6, 7/c-8, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ay-Doğdu Tur. Otelcilik İnş. Taş. San. Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2014/1379**

**Şikayet Edilen: Timsa Tur. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Oasis Otel”*** isimli tesise ait broşürler, tesis binası üzeri ile[www.oasishotel.com](http://www.oasishotel.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür, açık hava

**Tespitler:** Oasis Hotelisimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2 yıldızlı olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)oasishotel.com ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinin 19.11.2014 tarihli görünümü ile tesise ait broşürlerde ve tesis binası üzerinde 3 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Oasis Hotelisimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca belgelendirilmemiş olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)oasishotel.com ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinin 19.11.2014 tarihli görünümü ile tesise ait broşürlerde 3 yıldız işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a ,7/c-6, 7/c-8, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**63)**

**Dosya No: 2014/1279**

**Şikayet Edilen: Özdizdaroğlu Vinçcilik Tur. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“İmperial Park Hotel”*** isimli tesise ait tabelalarda, tesis binası üzerinde ve[www.imperialpark.com.tr](http://www.imperialpark.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava

**Tespitler: İmperial Park Hotel** isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmemiş olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)imperialpark.com.tr adresli internet sitesinin 19.11.2014 tarihli görünümü ile tesise ait tabelalar ile tesis binası üzerinde 4 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: İmperial Park Hotel *isimli*** turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca belgelendirilmemiş olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)imperialpark.com.tr adresli internet sitesinin 19.11.2014 tarihli görünümü ile tesise ait tabelalar ile tesis binası üzerinde 4 yıldız işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a ,7/c-6, 7/c-8, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No: 2014/1112**

**Şikayet Edilen: İhvan Otelcilik Eml. Tur. İnş. Taah. Yem. Gıda Tar. Taş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Hünkar Palace Hotelisimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından belgelendirilmemiş olmasına karşın, [www.tesetturoteller.com](http://www.tesetturoteller.com), [www.tatilcity.com](http://www.tatilcity.com), [www.heptatilolsun.com](http://www.heptatilolsun.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde 4 yıldız işareti kullanılarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hünkar Palace Hotelisimli turizm işletmesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından belgelendirilmemiş olmasına karşın, [www.tesetturoteller.com](http://www.tesetturoteller.com), [www.tatilcity.com](http://www.tatilcity.com), [www.heptatilolsun.com](http://www.heptatilolsun.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde 4 yıldız işareti kullanılarak tanıtım yapılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İhvan Otelcilik Eml. Tur. İnş. Taah. Yem. Gıda Tar. Taş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2014/1116**

**Şikayet Edilen: Özuysal Gıda Hay. Tar. Taşımacılık İnş. Oto Kir. Ve Tur. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tesise ait internet sitesinde yer verilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Lake&River Side Hotel&Spa isimli turizm işletmesine ait [www.lakeriversidehotel.com](http://www.lakeriversidehotel.com) adresli internet sitesinin 08.01.2014 tarihli görünümünde standart odaların 25-27 metrekare olarak belirtildiği halde Kültür ve Turizm Bakanlığınca gerçekleştirilen denetimlerde 15 metrekare büyüklüğünde bir odanın bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Lake&River Side Hotel&Spa isimli turizm işletmesine ait [www.lakeriversidehotel.com](http://www.lakeriversidehotel.com) adresli internet sitesinin 08.01.2014 tarihli görünümünde standart odaların 25-27 metrekare olarak belirtildiği halde, söz konusu odaların içerisinde 15 metrekare büyüklüğünde bir odanın bulunmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

- 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özuysal Gıda Hay. Tar. Taşımacılık İnş. Oto Kir. Ve Tur. 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.

**66)**

**Dosya No: 2014/1278**

**Şikayet Edilen: Çan Belediyesi Termal Otel&Spa**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tesise ait broşür, internet sitesi ve otel dışı tanıtım levhalarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür, açık hava

**Tespitler:** Çan Belediyesi Termal Otel&Spa isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 4 yıldızlı Otel Turizm Yatırım Belgesi olmasına rağmen, belediyenin internet sitesinde, tesise ait broşürlerde ve tanıtım levhalarında 5 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Çan Belediyesi Termal Otel&Spa isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 4 yıldızlı Otel Turizm Yatırım Belgesi olmasına rağmen, belediyenin internet sitesinde, tesise ait broşürlerde ve tanıtım levhalarında 5 yıldız işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a ,7/c-6, 7/c-8, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Çan Belediyesi Termal Otel&Spa** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2014/277**

**Şikayet Edilen: Akba Turizm Yatırımları İnş. ve Tic. A.Ş. (Alinn Butik Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Alinn Butik Otel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.alinnboutiquehotel.com](http://www.alinnboutiquehotel.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Akba Turizm Yatırımları İnş. ve Tic. A.Ş.’ye ait *“Alinn Butik Otel”* isimli tesise ilişkin Turizm Yatırım Belgesi’nin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından iptal edilmesine karşın, [www.alinnboutiquehotel.com](http://www.alinnboutiquehotel.com) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda *“Butik Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Alinn Butik Otel”* isimli tesise ilişkin Turizm Yatırım Belgesi’nin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından iptal edilmesine karşın, [www.alinnboutiquehotel.com](http://www.alinnboutiquehotel.com) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda *“Butik 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akba Turizm Yatırımları İnş. 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: 2014/388**

**Şikayet Edilen: Öz Göğce Otel Tur. Mad. Nak. Tem. Gıda San. ve Tic. A.Ş. (Otel İmparator)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Otel İmparator”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.imparatorigdir.com](http://www.imparatorigdir.com) adresli internet sitesi ile söz konusu tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela, broşür ve diğer basılı materyaller

**Tespitler:** Öz Göğce Otel Tur. Mad. Nak. Tem. Gıda San. ve Tic. A.Ş.’ye ait *“Otel İmparator”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 yıldızlı Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.imparatorigdir.com](http://www.imparatorigdir.com) adresli internet sitesinin 25.03.2014 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda ve söz konusu tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Otel İmparator”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 yıldızlı Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.imparatorigdir.com](http://www.imparatorigdir.com) adresli internet sitesinin 25.03.2014 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda ve söz konusu tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde *“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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Öz Göğce Otel Tur. Mad. Nak. Tem. Gıda 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.

**69)**

**Dosya No: 2014/695**

**Şikayet Edilen: Optimal Tur. Taş. Kuy. İnş. Deri ve Tekstil San. Tic. Ltd. Şti. (Dream World Resort Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Dream World Resort Hotel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.holidaycheck.de](http://www.holidaycheck.de) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2014, 05.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Optimal Tur. Taş. Kuy. İnş. Deri ve Tekstil San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Dream World Resort Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 4 yıldızlı Turizm Yatırımı Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.holidaycheck.de](http://www.holidaycheck.de) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde “4,5 yıldızlı” olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Dream World Resort Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 4 yıldızlı Turizm Yatırımı Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.holidaycheck.de](http://www.holidaycheck.de) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde “4,5 yıldızlı” 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;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Optimal Tur. Taş. Kuy. İnş. Deri ve Tekstil San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2014/909**

**Şikayet Edilen:** **Has Ayhan İnşaat Turizm San. ve Tic. A.Ş. (Ayhan Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Ayhan Hotel"*** isimli tesisin bina tabelasında, broşürlerinde, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) gibi muhtelif internet siteleri ile [www.ayhanhotel.com.tr](http://www.ayhanhotel.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, bina tabelası, broşürler

**Tespitler:** [www.ayhanhotel.com.tr](http://www.ayhanhotel.com.tr) adresli internet sitesinin 25.11.2014 tarihli görünümünde; *"Otelimiz Antalya şehir merkezinde 3 yıldızlı bir tesistir…Kategori: 3 yıldız"* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) gibi sosyal platformların 02.12.2014 tarihli görünümlerde anılan tesisin 3 yıldızlı görsellerine yer verildiği,

Söz konusu işletmeye ait broşürlerde; *"Otelimiz Antalya şehir merkezinde 3 yıldızlı bir tesistir..."* şeklinde ifadeler kullanıldığı ve bina tabelasında 3 yıldız görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “**Ayhan Hotel" isimli tesisin halihazırda Kültür ve Turizm Bakanlığından alınmış herhangi bir turizm belgesi olmamasına rağmen; 3 yıldızlı otel belgesine sahipmiş gibi tanıtım yapmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu hususların;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Has Ayhan İnşaat Turizm San. ve Tic. A.Ş. (Ayhan Hotel)** 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.

**71)**

**Dosya No: 2014/1443**

**Şikayet Edilen:** **Çakmak Otel İşl. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Çakmak Marble Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Çakmak Marble Otel"*** isimli tesisin bina tabelasında, broşürlerinde, antetli kağıtlarda ve [www.cakmakmarblehotel.com](http://www.cakmakmarblehotel.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, bina tabelası, broşürler, antetli kağıtlar

**Tespitler:** [www.cakmakmarblehotel.com](http://www.cakmakmarblehotel.com) adresli internet sitesinin 02.12.2014 tarihli görünümünde, bina tabelasında ve söz konusu tesise ait broşür ile antetli kağıtlarda 4 yıldızlı otel olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan işletmenin; "3 Yıldızlı Otel Turizm İşletme Belgesi"ne sahip olmasına rağmen; yukarıda bahsi geçen mecralarda tüketicileri yanıltıcı şekilde 4 yıldızlı otel olarak tanıtımının yapıldığı, 4 yıldızlı otelin özelliklerinin 3 yıldızlı otelden daha fazla olduğu göz önüne alındığında tüketicileri yanıltıcı söz konusu bu durumun;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Çakmak Otel İşl. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Çakmak Marble Otel)** 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.

**72)**

**Dosya No: 2014/1445**

**Şikâyet Edilen: SLS-Grup Gayrimenkul Reklam ve Paz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** <http://www.sls-grup.com/Manyas-Osmanli-Ahsap-Villalari.aspx> adresli internet sitesi ile muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve muhtelif yerel televizyon kanalları

**Tespitler: :** Anılan internet sitesinin 03.11.2014 tarihli görünümünde; *"Osmanlı Ahşap Villaları Balıkesir'in şirin İlçesi Manyas'ta bulunmaktadır. Tesis 27 Bin M2 Alan üzerine kuruludur. Toplam 54 Ahşap Villadan Oluşmaktadır. Ahşap Villalarımız 120 M2 Dubleks’tir. Ahşap Villalarda 2 Balkon Ve 1 Bahçe(20 M2) Mevcuttur. AHŞAP VİLLALARIN FARKI EVİNİZİN HERYERİNDE TERMAL SUYU DİLEDİĞİNİZCE KULLANABİLİRSİNİZ!!!...Balıkesir İlinin Şirin Bir İlçesindeki Mucize Su : Yemyeşil doğası ve bozulmamış zengin bitki örtüsü ile Türkiye'nin akciğerlerinden olan cennet gibi bir doğada bulunan tesisi, özellikle mucize su adı ile anılan bir çok hastalığa şifa olan bir kaplıcanın da merkezidir….Yapılan Tahlillere Göre Manyas Kızık Kaplıcaları Oligometalik Şifalı Bir Su Olarak Bilinmektedir. Kükürt Oranı Düşük, Kalsiyum Maddesi Bol Olduğu İçin* ***İçilerek*** *Sindirim Organlarındaki Hastalıklara, Böbrek Taşlarını Düşürmeye Çok Faydalı Gelmektedir. Kaplıca ve Kür Merkezimiz, modern dünyamızın ve tıbbın insanoğluna sağladığı imkanları sahip olduğu doğal güzelliklerle kaynaştırarak hizmet vermektedir…Yüzlerce Hastalığa İyi Gelen Harika Bir Sıcak Su Ve* ***Vücudun Tüm Hücrelerini Yenileyen,*** *Kireçlenme, Romatizma, Spor, Sakatlıkları Ve* ***Fazla Kiloları Ortadan Kaldıran Tedavi Merkezleridir.*** *Suyumuz İle; Kolestrol, Tansiyon, Şeker Hastalığı, Mide Böbrek Ve Romatizmal Hastalıklar, Bel, Boyun Ve Sırt Rahatsızlıkları, İskelet Bozuklukları,* ***Kısırlık******Ve Cilt Hastalıkları İle Kadın Hastalıklarının tedavisinde Çok Etkin Sonuç Alınabiliyor****…****Tesisimizde Zayıflama Ve Tedavi Kürlerinde Kullanılan Termal Su,*** *Ülkemizin Değişik Yerlerindeki Kaynak Sularından Bir Çok Yönden Ayrılıyor. Genelde Kaplıca Suları 70-90 Derece Arasında Çıkıp, Değişik Yöntemlerle Banyo Yapılır Hale Getirilirken,* ***Tesisimizin Suyunun Doğal Hali 52 Derece****. Tesisimizin Dağıtım Borularından Geçerken 40 Dereceye Kadar Düşen Suya Hiç Bir Müdahale Yapılmadan Girilebiliyor Ve Bu Da Suyun İçerisindeki Minarallerin Kaybolmasını Önlüyor.* ***Diğer Taraftan Tesisimizde Ayrı Bir Kaynaktan Çıkan 32 Derecelik Su Da İçilebilen Ender Kaplıca Suyu Olarak Bulunuyor. Kükürt Oranı Az, Nitrit Oranı İse Sıfır Olan Su İçildiğinde Mide Böbrek Ve Sindirim Sisteminin Daha Rahat Çalışmasını Sağlıyor,Şeker Kolestrol Ve Tansiyonu Düzenliyor****...Devremülk nedir? Kat mülkiyet kanunun 634.kat mülkiyet yasası gereği senenin 15 gün ve katlarının tapuda onaylı mülkiyetidir. satın almış olduğunuz dönemin TC. kat mülkiyetli* ***tapusunu sizlere veriyoruz.***

 *- çocuklarınıza miras bırakabileceğiniz,*

*- satabilme hakkınızın varolduğu*

*- kiraya verme hakkınızın bulunduğu mülklerdir"* şeklinde ifadeler ile tesis ve devremülklerin görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde görsellerine yer verilen, muhtelif televizyon kanallarında görsel-sesli tanıtımları yapılan ve Bakanlığımız yazısı üzerine anılan firma sunulan söz konusu termal tesis ile devremülklerin son derece bakımlı ve temiz göründüğü fotoğrafların; tüketicilerin yakın zamanda şikayetlerine konu olan bu devremülklerin bakımsızlığı, çevre düzenlemesinin ihmali ile termal tesisin hijyenik olmayışı hususları ve Bakanlığımız bünyesindeki “Rehber ve Teftiş Başkanlığı” tarafından yapılan 2/5/2014 tarihli inceleme raporları eklerinde yer alan fotoğraflarla çeliştiği,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde;“…*Diğer Taraftan Tesisimizde Ayrı Bir Kaynaktan Çıkan 32 Derecelik Su Da İçilebilen Ender Kaplıca Suyu Olarak Bulunuyor. Kükürt Oranı Az, Nitrit Oranı İse Sıfır Olan Su İçildiğinde Mide Böbrek Ve Sindirim Sisteminin Daha Rahat Çalışmasını Sağlıyor, Şeker Kolestrol Ve Tansiyonu Düzenliyor... "* şeklinde yer alan “32 derecelik içilebilen ender kaplıca suyu”nun varlığının hiçbir resmi belgeyle kanıtlanamadığı, bu doğrultuda kaplıca suyu’nun “içilebilir” olduğuna ilişkin herhangi bir belgenin de Bakanlığımıza sunulamadığı,

Aynı internet sitesinde; ***“Vücudun Tüm Hücrelerini Yenileyen,*** *…* ***Fazla Kiloları Ortadan Kaldıran Tedavi Merkezleridir.*** *Suyumuz İle; Kolestrol, Tansiyon, Şeker Hastalığı, Mide Böbrek…,* ***Kısırlık******Ve Cilt Hastalıkları İle Kadın Hastalıklarının tedavisinde Çok Etkin Sonuç Alınabiliyor****…****Tesisimizde Zayıflama Ve Tedavi Kürlerinde Kullanılan Termal Su…”*** şeklinde sağlık beyanlarına yer verildiği; ve fakat anılan şirketin sahip olduğu “KAPLICA TESİSİ İŞLETME İZNİ-Tıbbi Balneolojik Tanımı” kısmında bu tür sağlık beyanları yer almamasına rağmen anılan tanıtımlarda bahsi geçen ifadelere yer verilerek tüketicilerin aldatıldığı,

Bununla beraber yine “***Tesisimizin Suyunun Doğal Hali 52 Derece****.”* ifadesine yer verilmesine rağmen“KAPLICA TESİSİ İŞLETME İZNİ” adlı belgede suyun çıkış sıcaklığının 47 derece olduğu,

Bir diğer yandan söz konusu tesiste “Termal spa merkezi ve kür merkezi” olduğu belirtilmesine rağmen bunlara ilişkin olarak herhangi bir fotoğraf sunulamadığı, eğer kür merkezi var ise ilgili Yönetmelik gereği yerine getirilmesi gereken “Kür merkezi çevresinde kür parkı, spor ve dinlenme tesisleri” hükümlerinin de uygulanmadığı ve dolayısıyla tüketicilere vaat edilen beyanların eksik yerine getirildiği,

Kaplıcalar Yönetmeliği’nde *“Sağlık personeli bu tesislerde tam zamanlı çalışır”* hükmünün yer almasına rağmen, tarafınızca sunulan Uzman Hekim Sözleşmesi’ne bakıldığında uzman hekimin her Salı-Perşembe sadece 09.00-11.00 saatleri arasından hizmet verdiği, dolayısıyla ilgili Yönetmelik hükmünün ihlal edilerek tüketicilerin tecrübe ve bilgi eksiklerinin istismar edildiği,

Son olarak “S*atın almış olduğunuz dönemin TC. kat mülkiyetli* ***tapusunu sizlere veriyoruz.*** *- çocuklarınıza miras bırakabileceğiniz,- satabilme hakkınızın var olduğu- kiraya verme hakkınızın bulunduğu mülklerdir"* şeklinde beyanlara yer verilmesine rağmen halihazırda tapusu verilmeyen tüketiciler olduğu için bu haklarını kullanmaktan kasten mahrum bırakıldıkları anlaşılmıştır.

Dolayısıyla yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 14 üncü ve 29 uncu maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **SLS-Grup Gayrimenkul Reklam ve Paz. Tic. Ltd. Şti.** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2014/1282**

**Şikâyet Edilen: Ün-Sal Sağlık Ür. ve Özel Eğt. Hiz. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam: “Tuana Otel”**isimli turizm işletmesine ait tabela ile firmaya ait <http://tuanaotel.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, internet

**Tespitler:** Otele ait tabela ile firmaya ait <http://tuanaotel.com.tr> adresli internet sitesinin 03.09.2014 tarihli görünümünde söz konusu otelin **“3 Yıldızlı Otel”** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ***“*Tuana Otel*”*** isimli işletmenin, Kültür ve Turizm Bakanlığının 20.10.2009 tarih ve 12076 sayılı belge ile “3 yıldızlı” olarak belgelendirildiği, daha sonra bu belgenin Bakanlığın 02.06.2014 tarih ve 106501 sayılı Oluru ile **iptal edildiği**, ardından söz konusu tesisin Bakanlık tarafından 27.11.2014 tarih ve 227707 sayılı Olur ile **“2 yıldızlı otel”** turizm işletme belgesi aldığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan incelemede otele ait tabela ile firmaya ait <http://tuanaotel.com.tr> adresli internet sitesinin 03.09.2014 tarihli görünümünde **“3 Yıldızlı Otel”** olarak reklamının yapıldığı, dolayısıyla gerek incelemenin yapıldığı tarihte, gerekse internet sitesinde yer alan tanıtımların yayınlandığı tarihte ve halihazırda, tesisin “3 yıldızlı otel” turizm işletme belgesine **sahip olmadığının** anlaşıldığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun;

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin “Tanıtım, Bilgilendirme ve Fiyat Tarifeleri” başlıklı 16 ncı maddesine,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 7/a maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ün-Sal Sağlık Ür. ve Özel Eğt. Hiz. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** adlı şirkethakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**74)**

**Dosya No: 2014/933**

**Şikayet Edilen: Arda Can ÇETİN (Hitit Mühendislik Isıtma ve Soğutma Sistemleri)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.boschankarabolgeservisi.com](http://www.boschankarabolgeservisi.com), [www.aristonankarabolgeservisi.com](http://www.aristonankarabolgeservisi.com), [www.demirdokumankarabolgeservisi.com](http://www.demirdokumankarabolgeservisi.com), [www.arcelikankarabolgeservisi.com](http://www.arcelikankarabolgeservisi.com), ve [www.buderusservisiankara.net](http://www.buderusservisiankara.net) adresli internet sitelerinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**www.boschankarabolgeservisi.com, www.aristonankarabolgeservisi.com, www.demirdokumankarabolgeservisi.com, www.arcelikankarabolgeservisi.com, ve www.buderusservisiankara.net adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; Hitit Mühendislik Isıtma ve Soğutma Sistemleri adlı kuruluş tarafından, *“Ankara Bölge Servisi”* olarak “Bosch”, “Demirdöküm”, “Ariston”, “Arçelik”, “Buderus” markalı dayanıklı tüketim ürünlerinin satış sonrası hizmetlerini gerçekleştirdiğinin belirtildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlarda; *“Tam bir yıl garanti. Servisimiz bünyesinde yapılan tamirat ve parça değişimleri bir yıl servis garanti güvencesindedir”, “Kullandığımız bütün parçalar tamamıyla orijinal olup bir yıl garantilidir.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.boschankarabolgeservisi.com, www.aristonankarabolgeservisi.com, www.demirdokum ankarabolgeservisi.com, www.arcelikankarabolgeservisi.com ve www.buderusservisiankara.net adresli internet sitesinin 27.11.2014 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, Hitit Mühendislik Isıtma ve Soğutma Sistemleri adlı kuruluş tarafından *“Ankara Bölge Servisi”* olarak “Bosch”, “Demirdöküm”, “Ariston”, “Arçelik”, “Buderus” markalı dayanıklı tüketim ürünlerinin satış sonrası hizmetlerini gerçekleştirdiğinin belirtildiği;

Ancak, Hitit Mühendislik Isıtma ve Soğutma Sistemleri adlı kuruluşun, adı geçen markaların üretici ve veya ithalatçısı olan firmaların yetkili servis istasyonu olarak faaliyet göstermemesine rağmen; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Ankara Bölge Servisi”* ifadesi ile yetkili servis istasyonu olduğu yönünde yanlış izlenim uyandırılmasının tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu;

Diğer taraftan; inceleme konusu internet sitelerinde yer alan *“Tam bir yıl garanti. Servisimiz bünyesinde yapılan tamirat ve parça değişimleri bir yıl servis garanti güvencesindedir”, “Kullandığımız bütün parçalar tamamıyla orijinal olup bir yıl garantilidir.”*şeklindeki doğruluğunun kanıtlanması gereken ispata muhtaç iddiaların adı geçen kuruluş tarafından bilgi ve belgelerle kanıtlanamadığı;

Bu nedenle anılan tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Arda Can ÇETİN (Hitit Mühendislik Isıtma ve Soğutma Sistemleri)** 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**

**75)**

**Dosya No: 2014/693**

**Şikayet Edilen: Fokurkeyf Emirgan Kahve Nargile**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Gerçek Nargile Kültürü ile Fokurkeyf Emirgan Kahve Nargile çok yakında Elvankent’te”***ibareli açık hava ilanları

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** Fokurkeyf Emirgan Kahve Nargile isimli işletme tarafından Mayıs 2014 tarihinde yayınlanan açık hava ilanlarında ***“Gerçek Nargile Kültürü ile Fokurkeyf Emirgan Kahve Nargile çok yakında Elvankent’te”***ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu işletme tarafından yayınlanan açık hava ilanlarında ***“Gerçek Nargile Kültürü ile Fokurkeyf Emirgan Kahve Nargile çok yakında Elvankent’te”***ifadelerine yer verildiği, ancak 4207 sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun’un 2 inci maddesinin **“*Tütün içermeyen ancak tütün mamulünü taklit eder tarzda kullanılan her türlü nargile ve sigara, tütün ürünü kabul edilir.”*** hükmü uyarınca, nargilenin*“*tütün ve tütün mamülleri” ile ilgili mevzuat kapsamında değerlendirildiği, bu mevzuat hükümlerine göre de reklam ve tanıtımının yapılmasının yasak olduğu, dolayısıyla inceleme konusu açık hava ilanlarının ilgili mevzuat hükümlerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da,

- 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun’un 2 nci ve 3 üncü maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 17 ve 21 inci maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fokurkeyf Emirgan Kahve Nargile** 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.

**76)**

**Dosya No: 2014/671**

**Şikayet Edilen: HP Radyo TV Satış ve Pazarlama - Hüseyin PALALI**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Büyük Buluş-İlahi Dini Setler”*** isimli ürünün tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** HP Radyo TV Satış ve Pazarlama - Hüseyin PALALI’ya ait ***“Büyük Buluş-İlahi Dini Setler”*** isimli ürünün tanıtımına ilişkin olarak “TV2000” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında24.04.2014 tarihinde yayınlanan *“İbrahim Hatipoğlu ile Gönüllere Yolculuk”* başlıklı programda yer verilen reklamda, ***“İzleyicilerimiz, dinleyicilerimiz yıllardır kaset alıyorlar CD alıyorlar, (…) Dünyanın parasını ücretini ödüyorlar. (...) 1 CD-DVD ortalama 20 TL’dir. DVD görüntülü olduğu için. 1 CD’de ortalama 10 TL’dir… Biz 7 sene uyku uyumadık (…) 7 sene teknolojiyle uğraştık, bunun incelemesini araştırmasını yaptık, ne yapsak da acaba izleyicilerimize bunları çok ucuza mal ederiz, bu materyal çokluğundan izleyicilerimizi nasıl kurtarırız, 7 sene buna kafa yorduk biz. Evet, sonra bir gece araştırmalarımın neticesinde bir sonuca eriştim. Bunun neticesinde bu 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık. Üstelik bunun içerisinde 1 tane sanatçı yok, 70 tane ayrı ses, 70 tane ayrı sanatçı, üstelik görüntülü. Üstelik bu öyle güzel bir ürün ki bunu ben zarflara sıradan bir kutuya koymaya haya ettim. Bunların hepsini şöyle özel bir ambalaj, kabartmalı altın yaldızdan kabartmalı lüks baskılı özel bir ambalaj yaptırdık ve bu ambalajın içerisine bunu koyduk. İçerisinde Garip Bekir’den tut, Halit Ünal’dan tut, Mustafa Aslantürk’ten tut… ve sadece bu da değil hocam, bunun haricinde piyasada sevilen ünlü ne kadar sanatçı kardeşlerimiz varsa, seçilmiş ilahilerin hepsi bu DVD’nin içerisinde. 70 tane bunun içinde. 1 tane materyal. Özel ambalaj, altın yaldızdan kabartmalar, lüks baskı ve devletten bandrollü bir de... Bu eserlerimiz 1 tane DVD, 5 tane Track CD olmak üzere hepsi sıkıştırılmış durumda. 70 tane DVD tamamı bir DVD’de. Hocam 7 sene uğraştım, gece gündüz uykular uyumadım, sabahlara kadar çalıştım, vatandaşlarımız, kardeşlerimiz, annelerimiz, bacılarımız dünyanın parasının ödediler, biz bunlara üzülüyorduk, ne yapsak acaba diye, bu büyük buluşu tespit ettik, 70 sanatçı, 70 eser görüntülü klip. Acaba bu projeleri nerede takdim ederiz, halkımızın hizmetine nerede sunarız diye birçok kanallarla oturduk, toplantılar yaptık, ama hiçbirine kafam yatmadı… kimisi dedi ki bunu 500 TL’ye satalım, özel bir proje, kimisi 300 TL’ye, kimi 700 TL’ye. Hayır dedim, nihayetinde kanalımızı bulduk, 2000 TV. Bu 2000 TV sahipleri dedi ki, madem böyle özel, böyle güzel bir proje tespit ettin, yakaladın, böyle büyük bir buluş buldun Mustafa Aslantürk kardeşim, gel bunu bizim izleyicilerimize bedava dağıtalım dedi…******Kargo, paketleme ücretini veren herkese bedava, bedava, para yok, ilk defa 2000 TV’de gördük… Paketleme ve kargo ücretini veren herkes, yani bu 2000 TV izleyicilerine mahsus bir şey, başka bir kanalda bulamazlar, buluşu bizlere ait. Sevgili izleyiciler 0 212 925 21 21 70 tane CD’yi DVD’yi nereye koyacağım, sizi büyük bir dertten evde kavga etmekten kurtarıyoruz, kaç para, bedava. Sadece kargo ve paketleme. TV2000’in logosu olmayan ürünler bu büyük buluşa dahil değildir, olay bu, çünkü hocam çok kanallar gezdim bunu halkın hizmetine ekonomik nasıl sunarız deyince bunu bizim izleyicilerimize ücretsiz, bedava dağıtacağız dediler, ben de tamam, aradığımı buldum dedim, bir de şıklık yaptık, özel kuyuya koyduk, 70 sanatçı, 70 tane görüntülü klibin olduğu yani şunların tamamını bir DVD’ye koyuyoruz… İlahi kasedi dinleyicilerine müjdeler olsun. En sevilen ilahiler, en sevilen sanatçılar… Toplam 2100 TL değerinde bu ürün bir kutuda bedava. Sevgili seyirciler durmayın, durmayın çabuk. İlk 100 kişiye bedava. Kargo paketleme 29 TL sizden, bir de TV2000 logolu. Kutusunda Hazan Prodüksiyon, arkadaşımız oluyor. Hocam Hazan Prodüksiyon artık 2000TV. 70 tane DVD, 70 tane CD hepsi bir pakette bedava. Sadece kargo ve paketleme ücreti 29.90 TL. 70 ayrı sanatçının klibi, DVD’si, 5 tane Track CD’si, TV2000 logosuyla, Mustafa Aslantürk Prodüksiyon ve TV2000’in mührüyle. Ne bu, bedava, dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”*** **;  *“(…) 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık.” , “(…) dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”*** ifadelerine; şikayet konusu reklamda tanıtımı yapılan ürüne ilişkin olarak yayınlanan görselde ise; ***“70 Eser görüntülü klip, 5 CD hediyeli, 700 TL yerine bedava. 02129252121 Kasideler İlahiler Ezgiler 70 Eser tamamı 1 DVD’de. 29.90 TL.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda, ***“(…) 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık.*** *(…)* ***Kargo, paketleme ücretini veren herkese bedava, bedava, para yok, ilk defa 2000 TV’de gördük… Paketleme ve kargo ücretini veren herkes, yani bu 2000 TV izleyicilerine mahsus bir şey, başka bir kanalda bulamazlar, buluşu bizlere ait. Sevgili izleyiciler 0 212 925 21 21 70 tane CD’yi DVD’yi nereye koyacağım, sizi büyük bir dertten evde kavga etmekten kurtarıyoruz, kaç para, bedava. Sadece kargo ve paketleme. TV2000’in logosu olmayan ürünler bu büyük buluşa dahil değildir, olay bu, çünkü hocam çok kanallar gezdim bunu halkın hizmetine ekonomik nasıl sunarız deyince bunu bizim izleyicilerimize ücretsiz, bedava dağıtacağız dediler, ben de tamam, aradığımı buldum dedim, bir de şıklık yaptık, özel kuyuya koyduk, 70 sanatçı, 70 tane görüntülü klibin olduğu yani şunların tamamını bir DVD’ye koyuyoruz… İlahi kasedi dinleyicilerine müjdeler olsun. En sevilen ilahiler, en sevilen sanatçılar… Toplam 2100 TL değerinde bu ürün bir kutuda bedava. (…) İlk 100 kişiye bedava. Kargo paketleme 29 TL sizden, bir de TV2000 logolu. Kutusunda Hazan Prodüksiyon (…) Hazan Prodüksiyon artık 2000TV. 70 tane DVD, 70 tane CD hepsi bir pakette bedava. Sadece kargo ve paketleme ücreti 29.90 TL. 70 ayrı sanatçının klibi, DVD’si, 5 tane Track CD’si, TV2000 logosuyla, Mustafa Aslantürk Prodüksiyon ve TV2000’in mührüyle. Ne bu, bedava, dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”***şeklinde ifadelere yer verilerek paketleme ve kargo ücreti olduğu ifade edilen 29.90 TL’yi ödeyen tüketicilere söz konusu ürünün bedava olarak verileceğinin ifade edildiği, ancak Radyo İkibin Uydu Yayıncılık Reklam Matbaa Tanıtım ve Organizasyon Hizmetleri A.Ş. (TV2000) tarafından Bakanlığımıza gönderilen 11.08.2014 tarihli ve 2014-08/01 tarihli yazıda, inceleme konusu ürünün (1 adet DVD 5.00 TL ve 5 adet Audio Track CD tanesi 2 TL’den 10 TL) toplam maliyetinin 15 TL olduğu, bununla birlikte ürünlerin tüketicilere gönderilmesi esnasında kargo firmasına 8 TL + KDV kargo bedeli ödendiği, sonuç olarak kar amacı güdülmeden, maliyetine ve tanıtım amaçlı satış yapıldığı hususlarının belirtilmesi sebebiyle, anılan reklamda yalnızca paketleme ve kargo fiyatı olduğu ifade edilen 29.90 TL tutarındaki ücrete tanıtımı yapılan ürünün maliyetinin de dahil olduğunun anlaşıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamda bedava olarak verileceği vaat edilen ürünün bedelinin paketleme ve kargo ücreti adı altında tüketicilere yansıtıldığı ve bu suretle tüketicilerin yanıltıldığı;

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan ürüne ilişkin olarak yayınlanan görselde, “***70 Eser görüntülü klip, 5 CD hediyeli, 700 TL yerine bedava. 02129252121 Kasideler İlahiler Ezgiler 70 Eser tamamı 1 DVD’de. 29.90 TL.”*** ifadeleri kullanılarak söz konusu ürün karşılığında ödenecek fiyat hususunda birbiriyle çelişen ifadelere yer verilmek suretiyle anlam karışıklığına yol açıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, söz konusu reklamlarda, ***“(…) 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık.” , “(…) dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”***şeklinde doğruluğu ispat edilemeyen, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla şikâyete konu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **HP Radyo TV Satış ve Pazarlama - Hüseyin PALALI** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü maddesi ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **yerel düzeyde 9.133-TL (Dokuzbinyüzotuzüç Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2014/1822**

**Şikayet Edilen: Radyo İkibin Uydu Yayıncılık Reklam Matbaa Tanıtım ve Organizasyon Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Büyük Buluş-İlahi Dini Setler”*** isimli ürünün tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Radyo İkibin Uydu Yayıncılık Reklam Matbaa Tanıtım ve Organizasyon Hizmetleri A.Ş.’ye ait “TV2000” logosuyla yayın yapan televizyon kanalında 24.04.2014 tarihindeyayınlanan *“İbrahim Hatipoğlu ile Gönüllere Yolculuk”* başlıklı programda yer verilen ve ***“Büyük Buluş-İlahi Dini Setler”*** isimli ürünün tanıtımının yapıldığı reklamda, ***“İzleyicilerimiz, dinleyicilerimiz yıllardır kaset alıyorlar CD alıyorlar, (…) Dünyanın parasını ücretini ödüyorlar. (...) 1 CD-DVD ortalama 20 TL’dir. DVD görüntülü olduğu için. 1 CD’de ortalama 10 TL’dir… Biz 7 sene uyku uyumadık (…) 7 sene teknolojiyle uğraştık, bunun incelemesini araştırmasını yaptık, ne yapsak da acaba izleyicilerimize bunları çok ucuza mal ederiz, bu materyal çokluğundan izleyicilerimizi nasıl kurtarırız, 7 sene buna kafa yorduk biz. Evet, sonra bir gece araştırmalarımın neticesinde bir sonuca eriştim. Bunun neticesinde bu 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık. Üstelik bunun içerisinde 1 tane sanatçı yok, 70 tane ayrı ses, 70 tane ayrı sanatçı, üstelik görüntülü. Üstelik bu öyle güzel bir ürün ki bunu ben zarflara sıradan bir kutuya koymaya haya ettim. Bunların hepsini şöyle özel bir ambalaj, kabartmalı altın yaldızdan kabartmalı lüks baskılı özel bir ambalaj yaptırdık ve bu ambalajın içerisine bunu koyduk. İçerisinde Garip Bekir’den tut, Halit Ünal’dan tut, Mustafa Aslantürk’ten tut… ve sadece bu da değil hocam, bunun haricinde piyasada sevilen ünlü ne kadar sanatçı kardeşlerimiz varsa, seçilmiş ilahilerin hepsi bu DVD’nin içerisinde. 70 tane bunun içinde. 1 tane materyal. Özel ambalaj, altın yaldızdan kabartmalar, lüks baskı ve devletten bandrollü bir de... Bu eserlerimiz 1 tane DVD, 5 tane Track CD olmak üzere hepsi sıkıştırılmış durumda. 70 tane DVD tamamı bir DVD’de. Hocam 7 sene uğraştım, gece gündüz uykular uyumadım, sabahlara kadar çalıştım, vatandaşlarımız, kardeşlerimiz, annelerimiz, bacılarımız dünyanın parasının ödediler, biz bunlara üzülüyorduk, ne yapsak acaba diye, bu büyük buluşu tespit ettik, 70 sanatçı, 70 eser görüntülü klip. Acaba bu projeleri nerede takdim ederiz, halkımızın hizmetine nerede sunarız diye birçok kanallarla oturduk, toplantılar yaptık, ama hiçbirine kafam yatmadı… kimisi dedi ki bunu 500 TL’ye satalım, özel bir proje, kimisi 300 TL’ye, kimi 700 TL’ye. Hayır dedim, nihayetinde kanalımızı bulduk, 2000 TV. Bu 2000 TV sahipleri dedi ki, madem böyle özel, böyle güzel bir proje tespit ettin, yakaladın, böyle büyük bir buluş buldun Mustafa Aslantürk kardeşim, gel bunu bizim izleyicilerimize bedava dağıtalım dedi…******Kargo, paketleme ücretini veren herkese bedava, bedava, para yok, ilk defa 2000 TV’de gördük… Paketleme ve kargo ücretini veren herkes, yani bu 2000 TV izleyicilerine mahsus bir şey, başka bir kanalda bulamazlar, buluşu bizlere ait. Sevgili izleyiciler 0 212 925 21 21 70 tane CD’yi DVD’yi nereye koyacağım, sizi büyük bir dertten evde kavga etmekten kurtarıyoruz, kaç para, bedava. Sadece kargo ve paketleme. TV2000’in logosu olmayan ürünler bu büyük buluşa dahil değildir, olay bu, çünkü hocam çok kanallar gezdim bunu halkın hizmetine ekonomik nasıl sunarız deyince bunu bizim izleyicilerimize ücretsiz, bedava dağıtacağız dediler, ben de tamam, aradığımı buldum dedim, bir de şıklık yaptık, özel kuyuya koyduk, 70 sanatçı, 70 tane görüntülü klibin olduğu yani şunların tamamını bir DVD’ye koyuyoruz… İlahi kasedi dinleyicilerine müjdeler olsun. En sevilen ilahiler, en sevilen sanatçılar… Toplam 2100 TL değerinde bu ürün bir kutuda bedava. Sevgili seyirciler durmayın, durmayın çabuk. İlk 100 kişiye bedava. Kargo paketleme 29 TL sizden, bir de TV2000 logolu. Kutusunda Hazan Prodüksiyon, arkadaşımız oluyor. Hocam Hazan Prodüksiyon artık 2000TV. 70 tane DVD, 70 tane CD hepsi bir pakette bedava. Sadece kargo ve paketleme ücreti 29.90 TL. 70 ayrı sanatçının klibi, DVD’si, 5 tane Track CD’si, TV2000 logosuyla, Mustafa Aslantürk Prodüksiyon ve TV2000’in mührüyle. Ne bu, bedava, dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”*** **;  *“(…) 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık.” , “(…) dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”*** ifadelerine; şikayet konusu reklamda tanıtımı yapılan ürüne ilişkin olarak yayınlanan görselde ise; ***“70 Eser görüntülü klip, 5 CD hediyeli, 700 TL yerine bedava. 02129252121 Kasideler İlahiler Ezgiler 70 Eser tamamı 1 DVD’de. 29.90 TL.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda, ***“(…) 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık.*** *(…)* ***Kargo, paketleme ücretini veren herkese bedava, bedava, para yok, ilk defa 2000 TV’de gördük… Paketleme ve kargo ücretini veren herkes, yani bu 2000 TV izleyicilerine mahsus bir şey, başka bir kanalda bulamazlar, buluşu bizlere ait. Sevgili izleyiciler 0 212 925 21 21 70 tane CD’yi DVD’yi nereye koyacağım, sizi büyük bir dertten evde kavga etmekten kurtarıyoruz, kaç para, bedava. Sadece kargo ve paketleme. TV2000’in logosu olmayan ürünler bu büyük buluşa dahil değildir, olay bu, çünkü hocam çok kanallar gezdim bunu halkın hizmetine ekonomik nasıl sunarız deyince bunu bizim izleyicilerimize ücretsiz, bedava dağıtacağız dediler, ben de tamam, aradığımı buldum dedim, bir de şıklık yaptık, özel kuyuya koyduk, 70 sanatçı, 70 tane görüntülü klibin olduğu yani şunların tamamını bir DVD’ye koyuyoruz… İlahi kasedi dinleyicilerine müjdeler olsun. En sevilen ilahiler, en sevilen sanatçılar… Toplam 2100 TL değerinde bu ürün bir kutuda bedava. (…) İlk 100 kişiye bedava. Kargo paketleme 29 TL sizden, bir de TV2000 logolu. Kutusunda Hazan Prodüksiyon (…) Hazan Prodüksiyon artık 2000TV. 70 tane DVD, 70 tane CD hepsi bir pakette bedava. Sadece kargo ve paketleme ücreti 29.90 TL. 70 ayrı sanatçının klibi, DVD’si, 5 tane Track CD’si, TV2000 logosuyla, Mustafa Aslantürk Prodüksiyon ve TV2000’in mührüyle. Ne bu, bedava, dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”*** şeklinde ifadelere yer verilerek paketleme ve kargo ücreti olduğu ifade edilen 29.90 TL’yi ödeyen tüketicilere söz konusu ürünün bedava olarak verileceğinin ifade edildiği, ancak firma tarafından Bakanlığımıza gönderilen 11.08.2014 tarihli ve 2014-08/01 tarihli yazıda, inceleme konusu ürünün (1 adet DVD 5.00 TL ve 5 adet Audio Track CD 10 TL) toplam maliyetinin 15 TL olduğu, bununla birlikte ürünlerin tüketicilere gönderilmesi esnasında kargo firmasına 8 TL + KDV kargo bedeli ödendiği, sonuç olarak kar amacı güdülmeden, maliyetine ve tanıtım amaçlı satış yapıldığı hususlarının belirtilmesi sebebiyle, anılan reklamda yalnızca paketleme ve kargo fiyatı olduğu ifade edilen 29.90 TL tutarındaki ücrete tanıtımı yapılan ürünün maliyetinin de dahil olduğunun anlaşıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamda bedava olarak verileceği vaat edilen ürünün bedelinin paketleme ve kargo ücreti adı altında tüketicilere yansıtıldığı ve bu suretle tüketicilerin yanıltıldığı;

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamda tanıtımı yapılan ürüne ilişkin olarak yayınlanan görselde, **“*70 Eser görüntülü klip, 5 CD hediyeli, 700 TL yerine bedava. 02129252121 Kasideler İlahiler Ezgiler 70 Eser tamamı 1 DVD’de. 29.90 TL.”*** ifadeleri kullanılarak söz konusu ürün karşılığında ödenecek fiyat hususunda birbiriyle çelişen ifadelere yer verilmek suretiyle anlam karışıklığına yol açıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, söz konusu reklamlarda, ***“(…) 70 tane DVD hepsini tamamını işte bu büyük buluş dediğimiz Türkiye’de ve dünyada bir ilk olan bu DVD setinin içerisine toparladık.” , “(…) dünyada böyle bir teknoloji böyle bir tanıtım yok, TV2000 garantili, eşi emsali olmamış bir ürün…”***şeklinde doğruluğu ispat edilemeyen, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla şikâyete konu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Radyo İkibin Uydu Yayıncılık Reklam Matbaa Tanıtım ve Organizasyon 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 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2014/1417**

**Şikayet Edilen: İhtiyaç Yayıncılık Dershanecilik Uzaktan Eğitim Bilişim Hizmetleri Turizm Reklam Otomotiv İnşaat Org. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Sır-Genel Kültür ve Genel Yetenek Seti”*** adlı kitapların kapaklarında ve [www.ihyicacinne.com](http://www.ihyicacinne.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kitap kapağı

**Tespitler: “Sır-Genel Kültür ve Genel Yetenek Seti”** isimli sette yer alan kitapların kapaklarında ve [www.ihtiyacinne.com](http://www.ihtiyacinne.com) adresli internet sitesinin 05.12.2014 tarihli görünümünde yer alan ***“Sır- Sınav sorularını gören sır komisyon tarafından hazırlanmıştır. Çıkacak soru :) veya çıkmış soru ile konuların size sınavda nasıl sorulacağını göreceksiniz”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “**Sır”** adlı kitapların kapaklarında ve [www.ihtiyacinne.com](http://www.ihtiyacinne.com) adresli internet sitesinin 05.12.2014 tarihli görünümünde; ***“Sır-Sınav sorularını gören******‘SIR KOMİSYON’******tarafından hazırlanmıştır. Çıkacak soru :) veya çıkmış soru ile konuların sınavda size nasıl sorulacağını göreceksiniz”*** ifadelerine yer verilerek gerek sınav sorularını hazırlayan komisyonun, gerekse sınav sorularının gizli olduğu Kamu Personeli Seçme Sınavında çıkacak soruların, tanıtımı yapılan kitap setinde bulunduğunun belirtildiği, ayrıca kitabı hazırlayan komisyonla ilgili **“Sır Komisyon”** ifadesi kullanılarak kitapta yer alan soruların Kamu Personeli Seçme Sınav sorularını hazırlayan komisyon tarafından hazırlandığı izlenimi verildiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 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,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İhtiyaç Yayıncılık Dershanecilik Uzaktan Eğitim Bilişim Hizmetleri Turizm Reklam Otomotiv İnşaat Org. San. ve Tic. 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.

**79)**

**Dosya No: 2014/1604**

**Şikayet Edilen: Aliş Plastik ve Oyuncak San. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.alistoys.com](http://www.alistoys.com) ve [www.alisoyuncaklari.com/](http://www.alisoyuncaklari.com/) adresli internet sitelerinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.alisoyuncaklari.com/](http://www.alisoyuncaklari.com/) ve [www.alistoys.com](http://www.alistoys.com) adresli internet sitelerinin 02.12.2014 tarihli görünümünde; *“İnternet satışlarımız 5 yıl garanti fırsatı ile başlamıştır…akuluoyuncak.com”* şeklinde ifadelere ve *“Firmamız 1991 yılında faaliyetine başlamıştır. Pedallı ve akülü çocuk otoları konusunda öncü konumunu sürdürmektedir..”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan şirket tarafından yayınlanan reklamlarda “*İnternet satışlarımız 5 yıl garanti fırsatı ile başlamıştır*…” ifadesine yer verilmek suretiyle sadece internet satışlarının 5 yıl garanti kapsamına alındığı bilgisinin tüketicilere sunulduğu ve bu sebeple tüketicilerin başka yollarla ürünü almaları halinde bahsedilen ek garantiyi sağlama yükümlülüğünün söz konusu şirkete ait olmadığı değerlendirilmiş olup; anılan başvuru çerçevesinde söz konusu şirket tarafından yayınlanan reklamlarda yer alan ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 nci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir

**80)**

**Dosya No: 2014/1021**

**Şikâyet Edilen: Shell & Turcas Petrol A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: “**Shell Helix Ürün Kataloğu”, “Ürün Dönüşüm Rehberi” vb. isimli kitapçıklarda yer alan ***“Başka hiçbir motor yağı motorunuzu fabrikadan yeni çıkmış gibi temiz tutamaz”*** şeklindeki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün kataloğu

**Tespitler:** Şirket tarafından 2014 yılı Nisan ayında yayınlanan Shell Helix Ürün Kataloğunda; *“****Başka hiçbir motor yağı motorunuzu fabrikadan yeni çıkmış gibi temiz tutamaz.*** *Shell Helix Ultra motorunuzu ilk günkü temizliğine en yakın tutan motor yağıdır.(…) Bu sayede aracınızın motoru* ***başka hiçbir motor yağının yapamayacağı şekilde*** *fabrikadan yeni çıkmış gibi tertemiz kalır…”* şeklinde ifadelere ve bu ifadelere dayanak olarak *“0W-40 kullanılarak yapılan Sequence VG kurum testi sonuçlarına dayanarak”* ifadesine atıf yapılmasına rağmen tanıtım materyalinde 5W-40 motor yağına ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şirket tarafından 2014 yılı Nisan ayında yayınlanan Shell Helix Ürün Kataloğunda; *“****Başka hiçbir motor yağı motorunuzu fabrikadan yeni çıkmış gibi temiz tutamaz.*** *Shell Helix Ultra motorunuzu ilk günkü temizliğine en yakın tutan motor yağıdır.(…) Bu sayede aracınızın motoru* ***başka hiçbir motor yağının yapamayacağı şekilde*** *fabrikadan yeni çıkmış gibi tertemiz kalır…”* şeklinde üstünlük ifadelerine yer verildiği, gönderilen test sonuçlarının incelenmesinden Shell Helix Ultra motor yağının maksimum performans derecesi 10 olan ortalama motor tortu performansı testindeki derecesinin 9.34, subap-külbütör kapağı tortu performansı testi derecesinin ise 9.50 olduğunun görüldüğü ve söz konusu test sonucunda alınan değerlerin diğer marka motor yağları tarafından sağlanabilmesinin önünde bilimsel açıdan bir engel bulunmadığının anlaşıldığı, bu kapsamda reklamlarda yer alan *“****Başka hiçbir motor yağı motorunuzu fabrikadan yeni çıkmış gibi temiz tutamaz…”*** ve “***Başka hiçbir motor yağının yapamayacağı şekilde fabrikadan yeni çıkmış gibi tertemiz kalır…”*** ifadeleri incelendiğinde diğer motor yağlarının Shell Helix Ultra motor yağına **denk bir performans dahi gösteremeyeceği** algısına yol açtığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin “denklik” değil “üstünlük” iddiası içeren ifadeler olduğu ancak bu durumun ispatlanamadığı, yine şirket tarafından gönderilen test sonuçlarının yalnızca Shell Helix Ultra motor yağına ilişkin olduğu ve sektörde yer alan diğer tüm markalara ait motor yağları üzerinde yapılmış karşılaştırmalı bir test sonucu sunulamadığından reklamda yer alan üstünlük iddialarının bu yönüyle de kanıtlanamadığı, diğer taraftan yukarıda yer alan iddialara referans olarak *“0W-40 kullanılarak yapılan Sequence VG kurum testi sonuçlarına dayanarak”* ifadesine atıf yapılmasına rağmen tanıtım materyalinde 5W-40 motor yağına ait görsellere yer verildiği, bu durum her ne kadar dipnotta belirtilmiş ise de söz konusu görselin reklamda yer alan ana vaatler ile birlikte kullanıldığı değerlendirildiğinde tüketiciler üzerinde testlerin 5W-40 motor yağıyla yapıldığı algısı oluşturduğu ancak testlerin görselde yer alan 5W-40 motor yağıyla değil 0W-40 motor yağıyla yapıldığı, dolayısıyla inceleme konusu ürün kataloğunda yer alan iddialara referans olarak gösterilen testlerin, reklamlarda yer verilen iddiaları doğrulayacak ve kanıtlayacak nitelikte olmadığının anlaşıldığı, bu nedenle sözkonusu reklamların;

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 7/a ve 7/c, 7/g ve 13 üncü maddeleri,

**-** İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Shell & Turcas Petrol A.Ş.** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri ile 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.000-TL (Beşbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2014/409**

**Şikayet Edilen:** **İndirimci Alışveriş Hizmt. Bilişim İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Fermuarlı Tokalı ve Kürklü Bot”*** isimli ürünlerintanıtımı amacıyla yayınlanan televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından 2.12.2013 tarihlerinde Flash TV’de ***“Fermuarlı Tokalı ve Kürklü Bot”*** ların tanıtımı amacıyla yayınlanan doğrudan satış reklamlarında, tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik ilave açıklamalar içeren altyazı metninde *“Tüketici, satın aldığı ürünü, teslim aldığı tarihten itibaren 7 gün içerisinde hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin malı reddederek sözleşmeden cayma hakkına sahiptir.Satıcı firma:İndirimci Hiz. Ltd. Şti. Dikilitaş mh. Yenidoğan sk.No:1a Yıldız-Beşiktaş-İstanbul İade Numara:0212 705 25 25 ”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu reklamda kullanılan altyazı metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Diğer taraftan; aynı reklamda yer alan *“Kargo bedeli 10 TL’dir.”* şeklindeki durağan yazı boyutunun ve durağan yazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu altyazı ve durağan yazının okunabilirlikten uzak olduğu

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait televizyon reklamlarında tespit edilen hususların, tüketiciyi yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5/1, 5/2, 5/3, 5/4, 6/1, 6/2, 6/3, 6/4 ve 8 inci maddeleri**,**

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İndirimci Alışveriş Hizmt. Bilişim İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25/8 inci maddeleri uyarınca **87.915-TL (Seksenyedibindokuzyüzonbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.