**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

 **BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  10 Şubat 2015

**Toplantı Sayısı :** 233

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2014/679-II**

**Şikayet Edilen: Yayınnet Telekomünikasyon İlet. Dan. Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“39,90TL Limitsiz Fibernet”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda ***“TTNET ile hızını keşfet. Limitsiz fiber internet 24 Mbps hız + ev telefonu + modem hediye 39,90TL. Arena AVM Nilüfer/Bursa”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda ***“TTNET ile hızını keşfet. Limitsiz fiber internet 24 Mbps hız + ev telefonu + modem hediye 39,90TL. Arena AVM Nilüfer/Bursa”*** ifadelerine yer verildiği, ancak tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikte önemli olan *“Kampanya 20 Ocak 2014 - 31 Temmuz 2014 tarihleri arasında geçerlidir. Kampanyada 24 ay Taahhüt alınmaktadır. Abonenin ay içerisindeki veri kullanımı (download) adil kullanım noktasını aştığında internet kullanım hızı 3 Mbps olacak şekilde düşürülecektir. İlk 12 ay 39,90TL, 13-24.ay 59,90TL. Kampanya TTNET FİBERNET altyapı ve kurulum olanakları ile sınırlıdır. Son 3 ay içerisinde aboneliğini iptal ettirmiş olan TTNET aboneleri bu kampanyadan yararlanamaz. Kampanya kapsamında bağlantı ücreti 3 TL x 12 ay olmak üzere alınmaktadır. TTNET Alo Bağlantı ücreti (peşin 14 TL): Sabit telefon hattı olmayan Abonelerin başvurularında bir defaya mahsus alınır; TTNET Alo Geçiş ücreti (peşin 10 TL): Türk Telekom Sabit telefon hattı olan Abonelerin başvurularında bir defaya mahsus alınır. TTNET Yalın İnternet hizmeti başvurularında, sabit telefon hattı olmayan abonelerden bir defaya mahsus peşin 8 TL (vergiler dahil) Yalın internet devre hazırlama ücreti faturaya yansıtılacaktır.*

*Kampanyadan yararlanmaya başlayan yeni abonelerin ilk faturalarına aşağıdaki ücretler yansıyacaktır:*

*Kısmi Kullanım Ücreti: İnternet aktivasyon tarihinden ilk fatura kesim tarihine kadarki kullanım bedeli, seçilen paketin kampanyalı tarife ücreti üzerinden hesaplanarak ilk faturaya yansıtılacaktır.*

*Damga Vergisi: Kampanya Taahhütnamesi'nden kaynaklanan damga vergisi bir defaya mahsus olmak üzere, TTNET Abonesi nin faturasına yansıtılacaktır.*

*Kota Aşım Ücreti: Kotalı paketlerde varsa kota aşım ücreti ilk faturaya yansıtılacaktır.*

*Bağlantı Ücreti: Aylık 3 TL olmak üzere, 12 ay süresince yansıtılacaktır.*

*Ücretli Paket Tutarları: Kampanya kapsamında ücretsiz sunulan TTNET Alo (Konuştukça Öde) ve/veya Tivibu Maxi Paket haricinde, bu hizmetlerin yine kampanya kapsamında yer alan ücretli paketlerini seçen müşterilerimiz için, seçmiş oldukları paketlere ait ücretler.*

*TTNET Alo Bağlantı Ücreti: Sabit telefonu olmayan müşterilerden bir defaya mahsus 14 TL, TTNET Alo ve Sabit Telefon Hattı olan müşterilerden ise bir defaya mahsus 10 TL TTNET Alo “bağlantı ücreti” alınır.*

*Yalın İnternet Devre Hazırlama Ücreti: TTNET Yalın İnternet hizmeti başvurularında, sabit telefon hattı ve internet aboneliği olmayan yeni abonelerden bir defaya mahsus 8 TL devre hazırlama ücreti alınır”*şeklindeki kampanya şartlarına yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı 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 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, 13 üncü 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 **Yayınnet Telekomünikasyon İlet. Dan. Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2014/1500**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“TurkcellTV+”*** isimli hizmetin tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2014

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

**Tespitler:** <http://www.superonline.net/super-servisler/turkcelltvplus> adresli internet sitesinde yayımlanan **“TurkcellTV+”**başlıklı reklamlarda;***“İstediğin yerde, istediğin programı izle! Bu benzersiz deneyimi sen de yaşa!”*** ifadelerine ve televizyon reklamlarında ana vaat olarak; ***“Eve gelip sevdiğin programı televizyonda yakalamak iyi, sevdiğin programı televizyonda yakaladığın zamanlarda kaydedip istediğin zaman izlemek daha iyi. TurkcellTV+ sayesinde sevdiğin programı kaydetmesen bile yayını geriye alıp kaldığın yerden istediğin cihazdan istediğin yerde izleyebilmek çok daha iyi. Televizyondan, bilgisayardan, tabletten, telefondan, yepyeni TV deneyimi TurkcellTV+.superonline.net/tvplus. Turkcell Superonline bir Turkcell grup şirketidir”*** ifadelerine, gazetelerde yayımlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“İstediğin yerden, istediğin cihazdan yepyeni TV deneyimi… TurkcellTV.+ Eve gelip sevdiğin programı televizyonda yakalamak iyi. Kaydedip istediğin zaman izlemek daha iyi. Turkcell TV+ sayesinde sevdiğin programı kaydetmesen bile yayını geri alıp, kaldığın yerden, istediğin cihazdan izleyebilmek çok daha iyi. İstediğin kanalı 12 saate kadar geri alabilme, sevdiğin programı telefondan, tabletten, bilgisayardan da izleyebilme, istediğin cihazdan kaydedip istediğin cihazdan kayıtlarına ulaşabilme ve daha pek çok özellikle yepyeni bir TV deneyimi Turkcell TV+’ta”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.superonline.net/super-servisler/turkcelltvplus> adresli internet sitesinde yayımlanan **“TurkcellTV+”**başlıklı reklamlarda;***“İstediğin yerde, istediğin programı izle! Bu benzersiz deneyimi sen de yaşa!”*** ifadelerine ve televizyon reklamlarında ana vaat olarak; ***“Eve gelip sevdiğin programı televizyonda yakalamak iyi, sevdiğin programı televizyonda yakaladığın zamanlarda kaydedip istediğin zaman izlemek daha iyi. TurkcellTV+ sayesinde sevdiğin programı kaydetmesen bile yayını geriye alıp kaldığın yerden istediğin cihazdan istediğin yerde izleyebilmek çok daha iyi. Televizyondan, bilgisayardan, tabletten, telefondan, yepyeni TV deneyimi TurkcellTV+.superonline.net/tvplus. Turkcell Superonline bir Turkcell grup şirketidir”*** ifadelerine, gazetelerde yayımlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“İstediğin yerden, istediğin cihazdan yepyeni TV deneyimi… TurkcellTV.+ Eve gelip sevdiğin programı televizyonda yakalamak iyi. Kaydedip istediğin zaman izlemek daha iyi. Turkcell TV+ sayesinde sevdiğin programı kaydetmesen bile yayını geri alıp, kaldığın yerden, istediğin cihazdan izleyebilmek çok daha iyi. İstediğin kanalı 12 saate kadar geri alabilme, sevdiğin programı telefondan, tabletten, bilgisayardan da izleyebilme, istediğin cihazdan kaydedip istediğin cihazdan kayıtlarına ulaşabilme ve daha pek çok özellikle yepyeni bir TV deneyimi Turkcell TV+’ta”*** ifadelerine yer verilerek Superonline abonesi olunması durumunda her yerden Turkcell TV+ hizmetinin alınabileceği algısı oluşturulmasına rağmen, internet üzerinden sunulabilen Turkcell TV+ hizmetinin Turkcell 3G kapsama alanı içinde veya diğer internet hizmetleri (ADSL, fiber internet, vb.) üzerinden kullanılabildiği, ancak hiçbir GSM operatörünün coğrafi olarak Türkiye’nin %100’ünü kapsayamaması ve coğrafi olarak her yerde diğer internet hizmetlerine ulaşılmasının mümkün olmaması nedeniyle **istediğin yerden** ifadesinin gerçeği yansıtmadığı,

Ayrıca, televizyon reklamlarında altyazıda ve gazete reklamlarında dipnot olarak yer verilen; *“Turkcell TV+servisi, Superonline İletişim Hizmetleri A.Ş. (Turkcell Superonline) tarafından sunulmaktadır. Ev paketi kablolu yayın ortamında sunulmakta olup, Turkcell TV+altyapısının bulunduğu bölgelerde kullanılabilir. Turkcell TV+cep ve web hizmetlerine internet ve 3G üzerinden erişilebilir. Hizmet kalitesi; bağlantı hızına, GSM kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna ve cihaza göre değişiklik gösterebilir. GSM aboneleri, Turkcell TV+ uygulaması üzerinde abone olarak hizmetten yararlanabilirler. Turkcell aboneleri, ilgili hizmetlerden “Tahsilata aracılık” modeli ile yararlanabilirler. superonline.net/tvplus”*ifadelerinin ana vaat ile çeliştiği,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açtığı, 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 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, 13 üncü, 14 üncü ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2014/1438**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Şef – Sinemalarda ve Sadece D-Smart Blu'da!”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://blu.dsmart.com.tr> adresli internet sitesinin 15.10.2014 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda;***“Şef – Sinemalarda ve Sadece D-Smart Blu'da!”*** ifadelerine yer verildiği ve söz konusu filmin dağıtımcısı olan Pinema Filmcilik ve Sinemacılık Tic. Ltd. Şti.’den alınan bilgi kapsamında *Şef* isimli filmin sinemada son gösterim tarihinin 02.10.2014 olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://blu.dsmart.com.tr/> adresli internet sitesinin 15.10.2014 tarihli görünümünde yer alan reklamlarda;***“Şef – Sinemalarda ve Sadece D-Smart Blu'da!”*** ifadelerine yer verilmesine karşın, *“Şef”* isimli filmin sinemalarda son gösteriminin 02.10.2014 tarihinde yapıldığı, dolayısıyla 15.10.2014 tarihinde söz konusu filmin sinemalarda gösterimde olmadığı, bu nedenle anılan reklamlarda yer verilen ifadelerin gerçeği yansıtmadığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer firmalar arasında 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, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mozaik İletişim Hizmetleri 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2014/997**

**Şikayet Edilen: Onsed Grup Teknoloji ve Medikal Ürün. Paz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Sayın müşterimiz, düzenli fatura ödemelerinizden dolayı adınıza tanımlanan Galaxy S5 cep telefonunuzu ve 500 dakikanızı aktifleştirmek için 0850 811 1079’u arayınız”* ifadelerini içeren kısa mesajlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2014

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Temmuz 2014 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Sayın müşterimiz, düzenli fatura ödemelerinizden dolayı adınıza tanımlanan Galaxy S5 cep telefonunuzu ve 500 dakikanızı aktifleştirmek için 0850 811 1079’u arayınız”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“Sayın müşterimiz, düzenli fatura ödemelerinizden dolayı adınıza tanımlanan Galaxy S5 cep telefonunuzu ve 500 dakikanızı aktifleştirmek için 0850 811 1079’u arayınız”* ifadelerine yer verilerek ilgili banka adına hizmet verildiği algısı oluşturulduğu, ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı,

Diğer taraftan, söz konusu kısa mesajlarda daha önce abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan düzenli ödemeler sonrasında abonenin adına cep telefonu ve 500 dakika tanımlandığı intibaı oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Ayrıca, anılan kısa mesajlarda belirtilen cep telefonunun alınabilmesi ve 500 dakikanın aktifleştirilebilmesi için herhangi bir şart belirtilmemesine karşın, *0850 811 1079* numaralı müşteri hizmetleri ile yapılan görüşmede tanıtımı yapılan ürünlerden farklı orijinal olmayan ürünler gönderildiği ve söz konusu ürünler iade edilmek istenildiğinde para iadesi yapılmayarak tüketicilerin mağdur edildiği,

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

- 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, reklam veren **Onsed Grup Teknoloji ve Medikal Ürün. Paz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **25.000-TL (Yirmibeşbin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2014/1355**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Turkcell T50”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2014 – 05.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 14.07.2014 – 05.09.2014 tarihinde yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Turkcell T50 Çok yakında Sarı Kutu’da!”*** ifadelerine yer verildiği ve 16.09.2014 tarihinde de söz konusu cihazın tüketicilere sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Turkcell T50”*** başlıklı reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından anılan reklamların 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2014/1357**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“24 ay taksitle telefon alma fırsatı Vodafone’da! Vodafone Smart 4 Power’a hiçbir ek ücret ödemeden sahip olabilirsiniz. Sizi cep merkezlerimize bekliyoruz.”***ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Eylül 2014 tarihinde tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“24 ay taksitle telefon alma fırsatı Vodafone’da! Vodafone Smart 4 Power’a hiçbir ek ücret ödemeden sahip olabilirsiniz. Sizi cep merkezlerimize bekliyoruz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda; *“24 ay taksitle telefon alma fırsatı Vodafone’da! Vodafone Smart 4 Power’a hiçbir ek ücret ödemeden sahip olabilirsiniz. Sizi cep merkezlerimize bekliyoruz.”* ifadelerine yer verilerek söz konusu cihazın temin edilebilmesi için ek ücret ödemeye gerek olmadığı belirtilmesine rağmen, abonelerin ödeyecekleri tarife/paket ücretinin yanında, seçilen tarifeye göre değişiklik gösteren bir ek ücret ödemesi yapması gerektiği,

Dolayısıyla anılan kısa mesajlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı ve söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, 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 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **25.000-TL (Yirmibeşbin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2014/1725**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Uçakta TTNET”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV, Gazete, Radyo

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda yayınlanan ***“Uçakta TTNET”*** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak;***“Türk Hava Yolları uçaklarında artık TTNET Wi-Fi sayesinde internete girebiliyorsun. Sadece havada değil denizde feribotlarda, karada 81 ilde 5 binden fazla noktada hatta şehir içi otobüslerinde bile TTNET Wi-Fi var artık. Üstelik TTNET’lilere bedava”*** ifadelerine, altyazıda olarak ise, *“İnternet paketlerinde Wifi hediyesi olan TTNET’liler TTNET WiFi kablosuz ağ yayını olan lokasyon ve ulaşım araçlarında hediye dakikaları süresince hizmetten bedava faydalanabilir. TTNET WiFi Fly sadece Türk Hava Yolları yurtdışı uçuşlarında verilmekte olup ücretlidir. WiFi kablosuz ağ yayını olan ulaşım araçları İstanbul ili için geçerlidir”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda ana vaat olarak;***“Türk Hava Yolları uçaklarında artık TTNET Wi-Fi sayesinde internete girebiliyorsun. Sadece havada değil denizde feribotlarda, karada 81 ilde 5 binden fazla noktada hatta şehir içi otobüslerinde bile TTNET Wi-Fi var artık. Üstelik TTNET’lilere bedava”*** ifadelerine yer verilerek tüm TTNET abonelerinin, yurtiçi yurtdışı ayrımı olmaksızın Türk Hava Yollarının uçaklarında TTNET Wi-Fi hizmetinden faydalanabileceği, ülke genelindeki feribotlarda, ülke genelindeki şehir içi otobüslerde söz konusu hizmetin verildiği ve reklamda yer verilen hizmetin TTNET abonesi olan herkese ücretsiz sunulduğu izlenimi oluşturulmasına rağmen, altyazıda yer verilen *“İnternet paketlerinde Wifi hediyesi olan TTNET’liler TTNET WiFi kablosuz ağ yayını olan lokasyon ve ulaşım araçlarında hediye dakikaları süresince hizmetten bedava faydalanabilir. TTNET WiFi Fly sadece Türk Hava Yolları yurtdışı uçuşlarında verilmekte olup ücretlidir. WiFi kablosuz ağ yayını olan ulaşım araçları İstanbul ili için geçerlidir”* ifadeleri ile söz konusu hizmetin büyük ölçüde kısıtlandığı ve bu durumun ana vaat ile istisnası arasında uyumsuzluğa yol açtığı,

Diğer taraftan**,** muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Üstelik TTNET’lilere bedava***” ifadesine yer verilmesine karşın [www.ttnetwifi.com.tr](http://www.ttnetwifi.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan, *“ADSL kullanıcıları için; TTNET ADSL aboneliğiniz ile birlikte abone olduğunuz ADSL paketine göre 600 dakikaya kadar TTNET WiFi****Hediye****. Ayrıca bu dakikalara ek olarak TTNET WiFi Otomatik için aylık 1 GB hediyeniz TTNET'ten size ücretsiz.”* ifadeleri ile hediye dakikaların en fazla 600 dakika olduğu, dakika sınırlaması konusunda tüketicilerin bilgilendirilmediği ve bazı paketlerde bedava internet hakkı bulunmadığı, diğer taraftan muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda “***Türk Hava Yolları uçaklarında artık TTNET Wi-Fi sayesinde internete girebiliyorsun.(…)Üstelik TTNET’lilere bedava”*** ifadelerine yer verilmesine rağmen altyazıda yer alan “*TTNET WiFi Fly sadece Türk Hava Yolları yurtdışı uçuşlarında verilmekte olup ücretlidir.”* ifadesi ile söz konusu hizmetin bedava değil ücretli olduğu dolayısıyla tüm TTNETlilerin reklamda vaat edilen hizmetten faydalanamayacağı, bu nedenlerle anılan reklamların gerçeği yansıtmadığı,

Dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, 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 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 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **TTNET A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **200.000-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2014/1634**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Teşekkürler Türkiye”***başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Yazılı Basın

**Tespitler:** 2014 yılı içerisinde yazılı mecralarda yayınlanan ***“Teşekkürler Türkiye”*** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“Teşekkürler Türkiye! Turkcell T50 satış rekoru kırdı”*** ifadelerine, altyazıda ise *“9 Temmuz-30 Ağustos 2014 tarihleri arasında Turkcell İletişim Merkezlerinde satılan akıllı telefonlar içerisinde en çok satan telefon Turkcell T50 olmuştur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Teşekkürler Türkiye”* başlıklı reklamlara ilişkin olarak 2014 yılı içerisinde yazılı mecralarda yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak ***“Teşekkürler Türkiye! Turkcell T50 satış rekoru kırdı.”*** ifadesine yer verilerek söz konusu cihazın tüm Türkiye’de satış rekoru kırdığı izlenimi oluşturulmasına rağmen, altyazıda yer verilen*“9 Temmuz-30 Ağustos tarihleri arasında Turkcell İletişim Merkezlerinde satılan akıllı telefonlar içerisinde en çok satan telefon Turkcell T50 olmuştur”* ifadesi ile **“Turkcell T50”** markalı cihazın sadece Turkcell İletişim Merkezlerinde satış rekoru kırdığının belirtildiği ve bu durumun ana vaat ile istisnası arasında uyumsuzluğa yol açtığı,

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

-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, 7/g ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2014/1635**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“24 kanalı ile en çok sinema kanalı Tivibu’da”***başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV, internet

**Tespitler:** 21.11.2014 tarihinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“24 kanalı ile en çok sinema kanalı Tivibu’da”*** ve [www.tivibu.com.tr](http://www.tivibu.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Tivibu:24 Sinema kanalı ile lider!”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; Tivibu’da SD ve HD versiyonları ile birlikte toplam 24 kanal bulunduğu, Sinetivi ve Sinetivi HD farklı frekanslarda olduğu, farklı frekanslarda yayın yapan hatların kanal olarak tanımlandığı ve diğer firmalarla kıyaslandığında Tivibu’nun en fazla sinema kanalı sayısına sahip olduğu, dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı kanaatine varılarak anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**10)**

**Dosya No: 2014/869**

**Şikayet Edilen: Yılmaz Medya Yayıncılık Reklam San. ve Tic. Hakan YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Bahçeşehir Life” isimli aylık dergide yer alan ***“Dünyagöz Yaşlılıkta görme kaybından korunmanın formülü bu gıdalarda…”* ve *“Dünyagöz’den SGK’lı katarakt hastalarına büyük hizmet…”*** başlıklı yazılar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.09.2013-12.10.2013, 12.11.2013-12.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler: “Bahçeşehir Life”** isimli aylık derginin 12 Eylül-12 Ekim 2013 tarihli sayısında yayımlanan *“Dünyagöz’den SGK’lı katarakt hastalarına büyük hizmet…”* başlıklı yazıiçerisinde; *“ Türkiye’nin ilk branş hastanesi olan ve 17 yıldır sağlık sektörüne hizmet veren Dünyagöz Hastaneler Grubu, SGK’lı hastalar için çok önemli bir hizmet başlattı. SGK’lı çok sayıda hastanın talebine kayıtsız kalmayan Dünyagöz Hastaneler Grubu, katarakt muayene ve ameliyatını fark ücreti almadan yapma kararı aldı. Dünyagöz Hastaneler Yönetim Kurulu Başkanı Eray Kapıcıoğlu, vatandaşların artık mağdur olmayacağını, Dünyagöz Hastaneler Grubu, yaşlılık hastalığı olarak bilinen katarakt hastalığının muayenesi ve ameliyatı için önemli bir adım attı. Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun bu önemli kararını, Yönetim Kurulu Başkanı Eray Kapıcıoğlu, Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun Medikal Direktörü Prof. Dr. Kazım Devranoğlu ile birlikte düzenledikleri basın toplantısıyla duyurdu. Dünyagöz Etiler’de düzenlenen basın toplantısında konuşan Eray Kapıcıoğlu, bugüne kadar katarakt ameliyatlarında SGK’lı birçok hastaya hizmet veremediklerini söyleyerek, “Bunun temel nedeni devletin verdiği düşük SUT fiyatları ve katarakt ameliyatının yüksek maliyetiydi.” Dedi. Bu geçen sürede katarakt ameliyatı için Dünyagöz Hastaneler Grubu’na yüzlerce hastanın başvurduğunu hatırlatan Eray Kapıcıoğlu, bu hastaların birçoğunu merdivenaltı kliniklerde steril olmayan ortamlarda kalitesiz malzemelerle gözü parçalanan ya da gözünde ciddi hasar kalan vatandaşların oluşturduğunu ifade etti. Eray Kapıcıoğlu, vatandaşların mağdur oldukları bu durum nedeniyle, belli bütçelerinde tasarrufa gittiklerini belirterek, şöyle konuştu: “Yurtdışından malzeme temin ettiğimiz firmalardan da indirim aldık. İnsanlarımız katarakt ameliyatını ve muayenesini sadece vatandaşlık numaraları ile gelip alabilecekler. FDA onaylı IQ merceklerle yapılacak ameliyata fark ödemeyecekler. Alokatarakt projemiz sayesinde bu imkandan faydalanmayan hastamız kalmayacak ve sağlıklı gözlerle yaşamını sürdürecek.”(…)”* şeklindeki ifadeler ile birlikte Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun logosuna yer verildiği;

12 Kasım- 12 Aralk 2013 tarihli sayısında yayımlanan “*Yaşlılıkta görme kaybından korunmanın formülü bu gıdalarda…”* başlıklı yazı içerisinde; *“Yaşımızın ilerlemesiyle birlikte vücudumuzu korumamız gereken yerlerin başında göz geliyor. Yaşlıların göz sağlığını koruması için neler yapılmalı? Dünyagöz Beylikdüzü’nden Dr. Erdem Şimşek, detayları açıklıyor…(…)”* şeklindeki ifadeler ile birlikte Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun logosuna yer verildiği;

 Bununla birlikte; “Bahçeşehir Life” isimli aylık derginin anılan sayılarında, *“Dünyagöz Yaşlılıkta görme kaybından korunmanın formülü bu gıdalarda…”* ve *“Dünyagöz’den SGK’lı katarakt hastalarına büyük hizmet…”* başlığı ile yayınlanan yazılar ile aynı zemin üzerinde Dünyagöz Hastaneler Grubu’na ait açık reklamlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Bahçeşehir Life” isimli aylık derginin 12 Eylül-12 Ekim 2013 tarihli sayısında yayımlanan *“Dünyagöz’den SGK’lı katarakt hastalarına büyük hizmet…”* başlıklı yazıiçerisinde; *“ Türkiye’nin ilk branş hastanesi olan ve 17 yıldır sağlık sektörüne hizmet veren Dünyagöz Hastaneler Grubu, SGK’lı hastalar için çok önemli bir hizmet başlattı. SGK’lı çok sayıda hastanın talebine kayıtsız kalmayan Dünyagöz Hastaneler Grubu, katarakt muayene ve ameliyatını fark ücreti almadan yapma kararı aldı. Dünyagöz Hastaneler Yönetim Kurulu Başkanı Eray Kapıcıoğlu, vatandaşların artık mağdur olmayacağını, Dünyagöz Hastaneler Grubu, yaşlılık hastalığı olarak bilinen katarakt hastalığının muayenesi ve ameliyatı için önemli bir adım attı. Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun bu önemli kararını, Yönetim Kurulu Başkanı Eray Kapıcıoğlu, Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun Medikal Direktörü Prof. Dr. Kazım Devranoğlu ile birlikte düzenledikleri basın toplantısıyla duyurdu. Dünyagöz Etiler’de düzenlenen basın toplantısında konuşan Eray Kapıcıoğlu, bugüne kadar katarakt ameliyatlarında SGK’lı birçok hastaya hizmet veremediklerini söyleyerek, “Bunun temel nedeni devletin verdiği düşük SUT fiyatları ve katarakt ameliyatının yüksek maliyetiydi.” Dedi. Bu geçen sürede katarakt ameliyatı için Dünyagöz Hastaneler Grubu’na yüzlerce hastanın başvurduğunu hatırlatan Eray Kapıcıoğlu, bu hastaların birçoğunu merdivenaltı kliniklerde steril olmayan ortamlarda kalitesiz malzemelerle gözü parçalanan ya da gözünde ciddi hasar kalan vatandaşların oluşturduğunu ifade etti. Eray Kapıcıoğlu, vatandaşların mağdur oldukları bu durum nedeniyle, belli bütçelerinde tasarrufa gittiklerini belirterek, şöyle konuştu: “Yurtdışından malzeme temin ettiğimiz firmalardan da indirim aldık. İnsanlarımız katarakt ameliyatını ve muayenesini sadece vatandaşlık numaraları ile gelip alabilecekler. FDA onaylı IQ merceklerle yapılacak ameliyata fark ödemeyecekler. Alokatarakt projemiz sayesinde bu imkandan faydalanmayan hastamız kalmayacak ve sağlıklı gözlerle yaşamını sürdürecek.”(…)”* şeklindeki ifadeler ile birlikte Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun logosuna yer verildiği;

 12 Kasım – 12 Aralık 2013 tarihli sayısında yayımlanan “*Yaşlılıkta görme kaybından korunmanın formülü bu gıdalarda…”* başlıklı yazı içerisinde; *“Yaşımızın ilerlemesiyle birlikte vücudumuzu korumamız gereken yerlerin başında göz geliyor. Yaşlıların göz sağlığını koruması için neler yapılmalı? Dünyagöz Beylikdüzü’nden Dr. Erdem Şimşek, detayları açıklıyor…(…)”* şeklindeki ifadeler ile birlikte Dünyagöz Hastaneler Grubu’nun logosuna yer verildiği;

Bununla birlikte; “Bahçeşehir Life” isimli aylık derginin anılan sayılarında, *“Dünyagöz Yaşlılıkta görme kaybından korunmanın formülü bu gıdalarda…”* ve *“Dünyagöz’den SGK’lı katarakt hastalarına büyük hizmet…”* başlığı ile yayınlanan yazılar ile aynı zemin üzerinde Dünyagöz Hastaneler Grubu’na ait açık reklamlara yer verilerek; inceleme konusu yazıların reklamlardan beklenen olağan etkinin arttırılması amacına yönelik kullanıldığı;

Buna göre, “Bahçeşehir Life” isimli aylık derginin 12.09.2013-12.10.2013 ve 12.11.2013-12.12.2013 sayılarında yer alan *“Dünyagöz Yaşlılıkta görme kaybından korunmanın formülü bu gıdalarda…”* ve *“Dünyagöz’den SGK’lı katarakt hastalarına büyük hizmet…”* başlığı ile yayınlanan yazılar içerisinde bahsi geçen ifadeler ve fotoğraflar ile tüketicilerin, Dünyagöz Hastaneler Grubu’na yönlendirilerek, adı geçen kuruluşun örtülü reklamının yapıldığı;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Yılmaz Medya Yayıncılık Reklam San. ve Tic. Hakan YILMAZ** 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.

**11)**

**Dosya No: 2014/1151**

**Şikayet Edilen: Yenigün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş. (Cumhuriyet Gazetesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Çevre Dostu Nirvana”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra**: Gazete

**Tespitler:** “Cumhuriyet Gazetesi”nin 23.07.2014 tarihli basımında yayımlanan “Yeşil yıldız çevre ödülü sahibi. Çevre Dostu Nirvana” başlıklı söz konusu yazıda; *“Nirvana Lagoon Villas Suites&SPA, misafir memnuniyetini zirveye taşıyan hizmet kalitesi yanında, çevreci kimliğiyle de ön plana çıkıyor. 8 oteli -Yeşil Yıldız- ödülü alan Crystal Hotels’in yeni oteli Nirvana Lagoon da Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yeni turistik tesisler için öngördüğü kriterleri yerine getirerek çevreci otellere verilen -Yeşil Yıldız- çevre ödülünü almaya hak kazandı… Nirvana Lagoon Villas Suites&SPA’nın çevreci kimliği: Nirvana Lagoon Villas Suites&SPA, 160 dönümlük alanda yer alan 3166 adet çam ağacına dokunmayan bir çevreci anlayışla ve yaklaşık 400’ün üzerinde bitki çeşidi, 300-400 yıllık zeytin ağaçları ile farklı peyzaj özelliklerine sahip, Antalya’nın en büyük peyzaj yatırımının gerçekleştirildiği bir doğa cenneti…Kültür ve Turizm Bakanlığı kriterlerinden biri olan çevreci ve tasarruflu ısıtma konusunda yükümlülüğünü yerine getiren Nirvana Lagoon ısıtmasını LNG-LPG sistemi yerine Avrupa’da yaygın olan ancak Türkiye’de ilk kez Nirvana Lagoon’da kullanılan –su ısıs pompası- ile sağlıyor…Güneş enerjisinden azami ölçüde yararlanan tesiste yeşil alan sulamalarında ev ve otel atıklarından elde edilen doğal arıtılmış su, soğutmada ise yüzde 25 enerji tasarruflu çalışan A+ klimalar kullanılıyor…Yeşil yıldız ödülü nasıl veriliyor?: Kültür ve Turizm Bakanlığı, genel yönetim, mesleki eğitim, oda ve çevre düzenlemeleri, çevre çalışmaları, enerji, su, deterjan tüketiminin kontrol altına alması, çevre etiketli ürünlerin kullanılması, gibi kriterleri yerine getiren tesislere Yeşil Yıldız ve –çevreye duyarlı tesis- ibarelerinin yer aldığı bir plaket veriyor…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**  “Cumhuriyet Gazetesi”nin 23.07.2014 tarihli basımında yayımlanan “Çevre Dostu Nirvana” başlıklı yazının içeriğinde yer alan ifadelerin; 10/1/2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Örtülü reklamların değerlendirilmesi” başlıklı 23 üncü maddesinin kapsamını aşmadığı değerlendirilmiş olup; dolayısıyla anılan ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2013/1018**

**Şikayet Edilen: Hilal Radyo Ve Televizyon Yay. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Hilal TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Ab-ı Hayat”*** adlı program

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2013

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** 11.03.2013 tarihinde *“Hilal TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan **“Ab-ı Hayat”** adlı programda, program sunucusu ile konuk Dr. Mustafa Eraslan ve konuklar arasında geçen konuşmalarda; *“..Diyalize girmiş idrar çıkışı olmayan bir hasta. Şimdi bir buçuk litre idrarım var. İştahım da açıldı… Yaklaşık 10 senedir bende çekilmez bir baş ağrısı vardı, migren.. By-pass oldum. Bir gün tesadüfen sizi Afyon’da gördüm. Benim midemde kanser var. Bana dediler ki ameliyat olacaksın. Sizi dinleyince telefon açtım. Görmeyen gözüm görmeye başladı. Şimdi iki gözlüğümü de attım. Kanseri yüzde doksan yenmiş durumdayım… Tavsiyelerinize uyduktan sonra size söyleyecek tek bir şey var. Ne mutlu olsun bu vatanın çocuğusun! Ben nefes alacak insan değildim, konuşamazdım, şimdi Küçükçekmece’ye kadar koşarım buradan… Kanser hastasıyım, tiroid kanseri, elim felç oldu. Mide kanaması geçirdim. Beyin kanaması geçirdim. Mustafa ERASLAN- Ne oldu? Kanser oldu. Biz büyütüyoruz bunu. Düzelir. Felç oldu, düzelir.- 5 gün kaldım. Çıktıktan sonra hocalar tarama yaptılar. Allah size uzun ömür versin… Şekerim 500’den, 600’den aşağı düşmezdi. Sizi dinledim, 300’den yukarı çıkmıyor şimdi. Ayağımdaki şişlikler indi. Sancı ve yanmalar kayboldu, kramp da yok artık… 21 senedir Anklozon spondid hastasıyım. Diz ve eklem hastası. Sizin tavsiyelerinize uydum. Dizlerimde sorun kalmadı. Memnunum şu an çok rahatım. 8 sene yatalak kaldım. Ameliyat olmadan önce tanışmış olsaydık protez takılmak zorunda kalmazdı belki… Sayın Mustafa Bey’in tavsiyelerine uyduğum için hayatımı yeniden kazandım. Mustafa ERASLAN- Tıpta böyle bir cevap böyle bir tedavi yok. – İki ay önce kontrole gittim. “Doktor Bey bir muayene eder misin” dedim. Baktı. “Mükemmel olmuşsun, gayet güzel” dedi.”* ve benzeri ifadelere ve “0212 653 53 80” numaralı danışma hattına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon programında yer verilen ifadeler ve *“0212 653 53 80”* numaralı danışma hattına yönlendirme yapılması suretiyle Dr. Mustafa ERASLAN’ın örtülü bir şekilde tanıtımının yapıldığı, dolayısıyla inceleme konusu programın;

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Hilal Radyo ve Televizyon Yay. 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 **8.788-TL (Sekizbinyediyüzseksensekiz Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**13)**

**Dosya No: 2014/1610**

**Şikayet Edilen: Güneyce Pazarlama San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://agarta.tc> adresli internet sitesinde yayınlanan muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra**: İnternet

**Tespitler:** <http://agarta.tc> adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde yer alan **“Agarta Ozonlanmış Cilt Bakım Serumu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Serumun faydaları: Cilt rahatsızları üzerinde olumlu etkiye sahiptir. Romatizma ve eklem ağrılarında, kepek, saç derisi ve saç dökülmesi problemlerinde, cilt elastikiyetinin kazanılmasında – Egzama, yanıklar ve güneş yanıkları, bacak ülserleri, hemoroit, arı sokmaları, böcek ısırıklıkları, aknede – Bebek ve yetişkinler için pişik tedavisinde – Kırışıklık ve göz halkalarının giderilmesinde – Baş ve kas ağrılarında ağrıyan yere masaj yapılarak sürüldüğünde – Selülit tedavisinde – Yaraların çabuk iyileşmesinde etkilidir. – Hamilelik sırasındaki çatlaklarda – Bakteri, mantar gibi canlıları uygulandığı bölgede yok eder. Ozon yağı bunu yaparken sağlıklı hücrelere ve dokulara zarar vermez. –Çatlak dudaklarda –Aft ve uçuk tedavisinde – Ayak, tırnak mantarları ve ayakta bulunan çürüklerde – Cilt yağlanması, cilt kuruması ve tahrişlerde rahatlıkla kullanabileceğiniz %100 doğal bir üründür –Agarta Ozon yağı, cildin tüm bölgelerinde, burun içi ve ağız içinde kullanılabilir. – Bilinen hiçbir yan etkisi yoktur”* ifadelerine ve **“Diş Macunları”, “Kremler”, “Cilt Bakım Ürünleri”, “Şampuanlar”, “Güzellik Sabunları”, “Doğal Cilt Sabunları”, “Aromatik Sabunlar”, “Reishi Ekstrakt”** başlıkları altında benzer nitelikte ifadelere ve *“Ürünlerimiz Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi İşbirliği ile geliştirilmiştir”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://agarta.tc> adresli internet sitesinde yer alan “**Agarta Ozonlanmış Cilt Bakım Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Serumun faydaları: Cilt rahatsızları üzerinde olumlu etkiye sahiptir. Romatizma ve eklem ağrılarında, kepek, saç derisi ve saç dökülmesi problemlerinde, cilt elastikiyetinin kazanılmasında – Egzama, yanıklar ve güneş yanıkları, bacak ülserleri, hemoroit, arı sokmaları, böcek ısırıklıkları, aknede – Bebek ve yetişkinler için pişik tedavisinde – Kırışıklık ve göz halkalarının giderilmesinde – Baş ve kas ağrılarında ağrıyan yere masaj yapılarak sürüldüğünde – Selülit tedavisinde – Yaraların çabuk iyileşmesinde etkilidir. – Hamilelik sırasındaki çatlaklarda – Bakteri, mantar gibi canlıları uygulandığı bölgede yok eder. Ozon yağı bunu yaparken sağlıklı hücrelere ve dokulara zarar vermez. –Çatlak dudaklarda –Aft ve uçuk tedavisinde – Ayak, tırnak mantarları ve ayakta bulunan çürüklerde –Cilt yağlanması, cilt kuruması ve tahrişlerde rahatlıkla kullanabileceğiniz %100 doğal bir üründür –Agarta Ozon yağı, cildin tüm bölgelerinde, burun içi ve ağız içinde kullanılabilir. – Bilinen hiçbir yan etkisi yoktur”* ifadelerine 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, şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde **“Diş Macunları”, “Kremler”, “Cilt Bakım Ürünleri”, “Şampuanlar”, “Güzellik Sabunları”, “Doğal Cilt Sabunları”, “Aromatik Sabunlar”, “Reishi Ekstrakt”** başlıkları altında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı,

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,

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

**14)**

**Dosya No: 2013/1478**

**Şikayet Edilen: Procter&Gamble Satış ve Dağıtım Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Head & Shoulders”*** markalı ürüne ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.11.2013-31.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Head & Shoulders” markalı ürüne ilişkin olarak 29.11.2013-31.12.2013 tarihleri arasında yayınlanan televizyon reklamında; *“…Peki Dünya’nın 1 numaralı kepek şampuanı hangisi? Head&Shoulders. Başka hiçbir şampuan kepeği %100 yok etmekte Head&Shoulders’ı geçemiyor. Head&Shoulders. Dünya’nın 1 numarası. (Altyazı: \*İlaç markaları ve solenium ürünleri hariç, Temmuz 2012 – Haziran 2013 Nielsen global pazarlama hacim satış verilerine göre. \*\*Düzenli kullanım ile, kepek şampuanlarıyla kıyaslandığında.)”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Head & Shoulders” markalı ürüne ilişkin olarak 29.11.2013-31.12.2013 tarihleri arasında yayınlanan televizyon reklamında; *“…Peki Dünya’nın 1 numaralı kepek şampuanı hangisi? Head&Shoulders. Başka hiçbir şampuan kepeği %100 yok etmekte Head&Shoulders’ı geçemiyor. Head&Shoulders. Dünya’nın 1 numarası. (Altyazı: \*İlaç markaları ve solenium ürünleri hariç, Temmuz 2012 – Haziran 2013 Nielsen global pazarlama hacim satış verilerine göre. \*\*Düzenli kullanım ile, kepek şampuanlarıyla kıyaslandığında.)”* ifadelerinin yer aldığı,

Söz konusu reklamlarda yer alan *“Head&Shoulders. Dünya’nın 1 numarası.”* iddiasının, The Nielsen Company isimli bağımsız araştırma kuruluşu tarafından 2013 ve 2014 yıllarına ait Türkiye toplam pazarında yapılan araştırma sonuçlarına dayandırıldığı, bu nedenle söz konusu sonuçların tanıtımı yapılan ürünün *“Dünya’nın 1 numarası”* olduğu iddiasını desteklemediği,

Diğer taraftan *“Başka hiçbir şampuan kepeği %100 yok etmekte Head&Shoulders’ı geçemiyor.”* iddiasının ispatına yönelik olarak gönderilen firmanız nezdinde yapılmış araştırma sonuçlarının *“Head&Shoulders ürünün kepek önlemede diğer muadil ürünlerden üstün olduğunu”* kanıtlamakla beraber *“kepeği %100 önlediği”* iddiasını desteklemediği,

Ayrıca, söz konusu iddia bağımsız bilimsel çalışmalarla desteklenmiş olsa dahi, tanıtımı yapılan kozmetik ürünün kepek sorununu %100 önleneceği şeklinde bir iddianın, Kozmetik Yönetmeliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten bir ifade olduğu;

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/b, 5/e, 7/a, 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 **Procter&Gamble Satış ve Dağıtım Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 25/8 nci maddeleri uyarınca **87.915-TL (Seksenyedibindokuzyüzonbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2014/66**

**Şikayet Edilen: Emine Nurgül GÜNGÖR**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Dermabon Sabun”***markalı ürüne ilişkin [www.sedefsaglik.com](http://www.sedefsaglik.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2014, 27.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Dermabon Sabun”* markalı ürüne ilişkin olarak [www.sedefsaglik.com](http://www.sedefsaglik.com) adresli internet sitesinde, *“Sedef hastalığının kontrolü için mükemmel bir tedavi alternatifidir. Sedef hastalığı vakalarında Dermabon® sabunun lezyonlar üzerinde iyileştirici etkisi olduğu klinik olarak doğrulanmıştır. Sedef hastalığı ciltte birçok nedene dayanan kronik bir hastalıktır fakat genetik köken ile cildin herhangi bir bölgesini etkileyebilir, ön belirme alanları kafa derisi, dirsekler, dizler ve lumbosakral bölgedir (bel ve sakrum bölgesi) Plakalar farklı ebatlarda ve şekillerde olabilir ve lezyonlarda kaşınmaya neden olabilir.4 günde yenilenme ve keratinleme döngüsünü tamamlayan epidermal hücrelerin hiper proliferasyonu (hiper artışı) ile tanımlanır, bu durumda deri eritemli plakalarla (kızarıklıklarla) durumu dışa vurmaktadır.Yeni cilt hücrelerinin alt tabakadan üst yüzeye çıkması bir ay kadar bir süre alır.% 30 a kadar orta büyüklükte olabilir.Vücutta etkilenen alanın %30 dan fazla olduğu büyüklükte olabilir.%13 ile % 50 arasında sedef hastalığı olan insanların tırnaklarında da sedef etkilidir. Sedef hastalığı salgın biçimde belirmektedir.Vakaların % 30 unda psoriyatik (sedef hastalığına ait) arteritler ( mafsal iltihaplar) de görülmektedir.(eklemlerde iltihap ve acı)Farklı tipleri mevcuttur ; fleksural/ intertrigolu ( yüzeysel iltihaplı), sebore, benekli sedef ( benekler halinde), eritrodermik( aşırı kızarıklık), makus (ters) sedef vs.. Dermabon ile sedef ve egzama hastalığında kontrol sizde.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sedefsaglik.com](http://www.sedefsaglik.com) adresli internet sitesinde ***“Dermabon Sabun”*** markalı ürüne ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadelere yer verildiği dolayısıyla Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği;

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ve takviye edici gıda kapsamında piyasaya sürülen ürünlere ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu; ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı, dolayısıyla söz konusu reklâm ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 ve 7 nci maddesi,

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

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

-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 **Emine Nurgül GÜNGÖR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2013/975**

**Şikayet Edilen: Yaman Pazarlama Bekir YAMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hamam otu yağı”*** markalı ürünlereilişkin olarak *“Flash TV”* isimli televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.07.2013

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Hamam otu yağı” markalı ürünlereilişkin olarak Flash Tv isimli televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda; *“Hürrem hatun hamam otuyla yağıyla tüm tüylerinizden kurtulabilirsiniz. Kullanacağınız noktadan yapacağınız doğru hareketlerle Tüm tüylerden çok kısa bir süre içinde kurtulabilirsiniz. % 98 biz ürünümüzden eminiz. Erkeklerde etkisi 2 kat fazla. Kalın tüy köklerinde tüy değil de artık siyah kıl diyebileceğimiz tarzda bir probleminiz varsa etkisi 2 kat daha yüksek. Çünkü kıl köklerini çok daha net bir şekilde etkileyebiliyor. Hamam otu yağını toplam 5 gün üst üste kullanacaksınız 21 günlük ara vereceksiniz arkasından yine aynı şekilde aynı işlemi tekrar yapacak 5 gün daha kullanacaksınız. Bu şekilde 3-4 seans içerisinde tüm tüylerden kurtulacaksınız. (…)tekrardan kıllar tüyler çıkmıyor. Avuç içi gibi bir görüntüye sahip olacaksınız. En hassas bölgelerde dahi kullanabilirsiniz. Tüm bölgelerde uygulayabiliyorsunuz. Erkekler ise çok rahat 2-3 seanstan sonra kalın tüy kökleri kıllardan kurtulabiliyor çünkü erkeklerde daha doğrusu kalın tüy köklerinde kıllarda 2 kat daha fazla etkiye sahiptir. Hamam otu yağı tüylerin yanarak yok olmasını sağlıyor. Özellikle erkeklerde etkisi 2 kat fazla Daha ilk seanstan itibaren çok yüksek etkiye sahip. İstenmeyen tüylerden kurtulun.”* 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 “Hamam otu yağı” markalı ürünlereilişkin olarak Flash Tv isimli televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar ile ***“Hamam Otu Yağı”*** markalı ürünlerin kullanımı ile kullanıcıların istenmeyen tüylerinden sorunsuz ve **kalıcı olacak** şekilde kurtulacağının iddia edildiği; bu yönüyle öncelikle Kozmetik Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımına uygun olmadığı; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve **etkileri geçici olan** ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda anılan ürünlere ilişkin olarak yer alan ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği ve söz konusu televizyon kanalında ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı, diğer taraftan anılan televizyon kanalında yer alan tanıtımlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği; dolayısıyla bahsi geçen hususların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 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, 6/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 **Yaman Pazarlama Bekir YAMAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2014/1098**

**Şikayet Edilen:** **Safa DOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*aktarzane*” kullanıcı adı ile [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde **"*Blue Ocean Ardıç Özlü Doğal Sabun %100 Naturel*"** isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi

**Tespitler**: [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde; “*Ardıç, çok uzun yıllar yaşayan bir ağaçtır. Yapısında bol miktarda organik asit, glikoz ve C vitamini bulunur. Aynı zamanda güçlü bir antiseptiktir. Ardıçlar ilgili herşey vücut için faydalıdır. Blue Ocean ardıç sabunu akne, sivilce, egzama, sedef, mantar gibi cilt sorunlarının giderilmesinde yardımcı olur. Cildi kurutmaz, nemlendirir, besler ve güzelleştirir. Sistit için çok faydalıdır, antiseptik özelliği ile rahatlatır. Blue Ocean Ardıç Sabunu saç bakımı içinde kullanılabilir. Kepek oluşumunu önler ve saç derisindeki tahrişin iyileşmesini sağlar."* 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;

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10. maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13. 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. maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**18)**

**Dosya No: 2014/961**

**Şikayet Edilen: Üç İlke Kozmetik Optik Gıda İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.saglikliveguzel.com](http://www.saglikliveguzel.com) adresli internet sitesinde yer alan **“*Belle B Bee Gone Cradle Cap”, “Bella B Body Buzz” ve “Bella B Little Bee Rub”***” isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01**.**2015

**Yayınlandığı Mecra:** Internet

**Tespitler:** www.saglikliveguzel.com adresli internet sitesinde 16.01.2015 tarihli görünümünde yer alan **“*Belle B Bee Gone Cradle Cap”, “Bella B Little Bee Rub”*** ve ***“Bella B Body Buzz”*** isimli kozmetik ürünlerine ilişkin tanıtımlarda *“Bella B Bee Gone Cradle Cap Konak Şampuanı; Konak bir hijyen problemi değildir. Doğum sırasında anneden geçen enzimler nedeniyle oluşabilir” ve “Bella B Little Bee Rub; Burun Tıkanıklığı Ve Hırıltılı Nefes Alma Problemleri İçin Topikal Dekonjestan*. *Yenidoğandan itibaren bütün ailenin kullanabileceği mentol içermeyen topikal dekonjestan. Burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma problemlerinde nefesi rahatlatır*” ve *“Body Buzz içeriğindeki; Shiitake Mantarı’nın selülite neden olan yağların parçalanmasına destek olması ve ekstra sıkılaştırıcı etkisi, sıkılaştırıcı ve cildi güçlendirici etkisi ile vücudu sıkılaştırırken, selülitin giderilmesine destek olur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.saglikliveguzel.com](http://www.saglikliveguzel.com) adresli internet sitesinin **16.01.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Belle B Bee Gone Cradle Cap” ve “Bella B Little Bee Rub”*** isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Bella B Bee Gone Cradle Cap Konak Şampuanı cildi rahatlatır ve yumuşatır saç derisinde* ***kurumuş ve pul pul olmuş derinim yumuşatılmasına destek olurken, derideki enflamasyon hissinin rahatlatılmasını sağlar.*** *Bella B Little Bee Rub;* ***Burun Tıkanıklığı Ve Hırıltılı Nefes Alma Problemleri İçin Topikal Dekonjestan*.** *Yenidoğandan itibaren bütün ailenin kullanabileceği mentol içermeyen topikal dekonjestan.* ***Burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma problemlerinde nefesi rahatlatır”*** 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 “…*derideki enflamasyon hissinin rahatlatılmasını sağlar, burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma problemleri için topikal dekonjestan, burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma problemlerinde nefesi rahatlatır”* ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,** bu nedenle söz konusu tanıtımların,

Diğer taraftan, **“*Body Buzz; Vücut Toparlayıcı ve Selülit Gidermeye Yardımcı Bakım Kremi, Shiitake Mantarı’nın ekstresinden*** *elde edilen Fermiskin ile* ***selülite neden olan yağ dokularının parçalanmasına destek olurken****, cildin bu dokulara karşı güçlenmesini sağlar, Hidrolize Marin Elastinleri cildin* ***rejenerasyonuna destek olurken, sarkan cilt ile savaşır****, Organik Pirinç Şurubu* ***cilt hücrelerinin daha hızlı yenilenmesine destek olur”* iddialarının bağımsız klinik çalışmalarla desteklenmediği ve söz konusu iddiaların ispatına ilişkin olarak sunulan raporların reklamda yer alan iddiaları kanıtlamakta yetersiz kaldığı,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7, 9, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Üç İlke Kozmetik Optik Gıda İnş. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dâhilinde **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**19)**

**Dosya No: 2014/947**

**Şikayet Edilen: 2 T Estetik Merkezi Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.esteworld.com](http://www.esteworld.com) adresli internet sitesinde ve kuruluşa ait davetiyeler üzerinde *" Avrupa'nın en büyük plastik cerrahi kompleksi"* ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.11.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve davetiye

**Tespitler:** [www.esteworld.com.tr](http://www.esteworld.com.tr) adresli internet sitesinin 21.11.2014 tarihli görüntüsünde; *"Esteworld Plastik Cerrahi Sağlık Grubu, Etiler, Bahçelievler ve Altunizade bölgelerinde bulunan 4 şubesi ile faaliyet gösteren bir sağlık kuruluşudur. 2014 yılında, Altunizade'de hizmete giren Estetik Cerrahi Kompleksi ile yatırımlarına devam eden Esteworld, Türkiye'de yüksek bir ivme ile gelişen sağlık sektörü hizmetlerini, ülkemizin temsilini en iyi şekilde yapacak anlayışla sunma amacındadır... Globalleşen dünyamızda son trendlere bakıldığında, sağlıklı ve genç kalmanın önemi görülmektedir. Bu önemi göz önüne alan, tıbbi alt yapısını, ve bunun yanı sıra dünyadaki yenilikleri takip eden yönetim kadrosuyla ESTEWORLD, sağlıklı genç kalma üzerine hizmetler vermektedir... Uzm. Dr. Servet TERZİLER:...2004 yılında İstanbul'da uluslararası hizmet veren Esteworld markasını kurdu. Dr. Servet Terziler, estetik ve sağlıklı yaşam üzerine hizmet vermeye ve bu alandaki son gelişmeleri ülkemize getirmeye hız verdi. Aynı dönemde medikal estetik eğitimine başlayan Dr. Terziler, yurtiçinde ve yurtdışında çeşitli kursları bitirdi. Medikal Estetik Uzmanı unvanını da alan Dr. Servet Terziler; başta saç ekimi olmak üzere saç mezoterapisi, vücut mezoterapisi, botoks, dolgu, mezolifting, kimyasal peeling, lazer uygulamaları, MLS, anti-aging, sağlıklı beslenme, ayurveda, bioenerji, reiki vb. konularda tecrübelerini arttırdı. Uzm. Dr. Servet Terziler şimdiye kadar ulusal kanallar başta olmak 1000 in üzerinde televizyon programına konuk olarak davet edilmiş ve katılım gerçekleştirmiştir. 2007 yılında Altunizade'de ikinci şubesini açarak hızla büyümesini sürdüren Esteworld, 3500 m2 büyüklüğündeki Estetik ve Plastik Cerrahi Hastanesini de Etiler’de hayata geçirdi. Dr. Servet Terziler; Esteworld Plastik Cerrahi Hastanesinin Medikal Direktörlük görevini yapmaya devam ediyor...Dr. Mustafa TUNCER: Değişen ve gelişen sağlık sektörünün geleceğini çok iyi gören Dr. TUNCER, Estetik ve Güzellik sektöründe branşlaşma kararı alarak 2004'de İstanbul Bahçelievler'de "Esteworld" markası altında uluslararası hizmet veren estetik ve güzellik merkezini kurdu. 2007 yılında Altunizade şubesini açarak hızla markalaşma yolunda adımlar attı. 2011 yılında Etiler'de Plastik Cerrahi Hastanesini kurarak Türkiye'de ve Avrupada bir ilki gerçekleştirdi. Dr. TUNCER, 2014 Yılında yine bir ilki gerçekleştirerek Avrupa'nın en büyük ve en gelişmiş Plastik Cerrahi Kompleksini İstanbul Altunizade'de kurmuştur. Dr. TUNCER, Türkiye'deki bütün estetik merkezlerini OPİD adı altında toplayarak derneğin kurucu başkanlığı yaptı. Avrupa, ABD ve uzak doğuda sektörle ilgili tüm yenilikleri takip eden Dr. TUNCER halen Esteworld Plastik Cerrahi Sağlık Grubu'nun yönetim kutulu başkanlığını sürdürmektedir... Göğüs büyütme: ...Meme büyütme gibi önemli bir operasyonu yaptıracağınız merkezi iyi seçmeniz faydanıza olacaktır. ..Esteworld diş estetiği: ...Gülüş tasarımında hekimlik ve sanatsal yaklaşımları bir arada tutarak yüz yapınıza, göz ve dudak profilinize en uygun gülüşü seçiyoruz. Ardından gülüşünüze en uygun diş yapısını bilgisayar ortamında 3 boyutlu olarak tasarlamaktayız. Bu sayede dişlerinizin yapısı, şekli, rengi ve görünme miktarı dudaklarınız ve gülüşünüzle ahenkli bir şekilde tasarlanmış olmaktadır. Estetik yaklaşımlarda gülüş tasarımı için teknolojinin en ileri imkânlarından faydalanmaktayız. Bu imkânlar sayesinde yeni gülüşünüze ulaşmanız için haftalar aylarca uğraşmanız gerekmemekte, çoğunlukla aynı gün içerisinde en doğru çözüme birlikte ulaşabilmekteyiz... Yaprak porselenler, tam seramik köprüler ve porselen dolgular gibi estetik diş tedavilerini tek seansta hastalarımıza uygulayabilmekteyiz. Sistemde dişlerinizin ölçüsü hazırlığının hemen ardından dijital kamera sayesinde alınır ve aynı anda bilgisayar ortamına 3D olarak aktarılır. Siz koltuktan kalkmadan hekimimiz yeni dişinizin görünüşünü sizinle birlikte 3D ortamda tasarlar. Tasarımın ardından yeni dişleriniz cihaz tarafından özel porselen bloklardan kazınarak hazırlanır. Bu sayede en estetik diş çözümlerine günlerce provaya gidip gelmeden, hassasiyet sıkıntısı çekmeden ve daha siz koltuktan kalkmadan tek günde ulaşabilmektesiniz. CEREC sisteminde uygulanan porselenler metal altyapı içermezler. Yapıları dişin kendi yapısına en yakın malzemedir ayrıca ışık geçirgenlik özellikleriyle de dişe en yakın özelliktedir. Tamamen bilgisayar destekli tasarım sayesinde hata payı neredeyse sıfır olduğundan yıllar sonra dişlerde tekrar çürüme riski bulunmamaktadır. Özel yapıştırıcıları sayesinde yapıştırma sonrası dişin yapısı ile bir bütün haline gelerek 1 günde yapılan porseleninizin on yıllarca sağlıklı kalması sağlanmaktadır...."* şeklinde ifadelere, kuruluşun tanıtım videosuna ve hasta yorumlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde yer verilen ifadeler ile; 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, kuruluşa ticari bir görünüm veren ve benzer kuruluşlar bakımından haksız rekabet yaratan nitelikte tanıtımlar yapıldığı;

Diğer yandan kuruluş tarafından dağıtılan açılış davetiyesinde; ***"Avrupa'nın en büyük plastik cerrahi kompleksi"*** olduğu yönünde yer verilen beyanın da herhangi hukuki bir belgeyle ispatlanamadığı; 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 mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 6/e, 7/a, 7/c, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **2 T Estetik Merkezi Ltd. Şti.** isimli kuruluşhakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2014/1049**

**Şikayet Edilen:** **Egecan Grup İnşaat Taah. Turizm Petrol Ürünleri Paz. Kuaför Güzellik Salonları Kozmetik ve San. Tic. Ltd. Şti. (Fame Güzellik Estetik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2014 ve 18.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 14.07.2014 ve 18.12.2014 tarihli görünümlerinde; *“****Ütüleme epilasyon, IPL epilasyon****…* ***Selülit Giderme****: Selülit derinin alt tabakasında, yağ dokusunun hemen çevresinde meydana gelir. Oluşan selülitler derinin üst bölümünde pütür pütür bir görüntü bırakır ve fiziksel olarak kendine güvensizliğe sebep olur. Yağ hücrelerinin fazla yağı depolamasının ve östrojen hormonunun da etkisiyle bu hücreler genişler. Kan dolaşımı giderek yetersizleşmeye başlar. Yağ hücrelerinin genişlemesi ise yağ dokusunun aşırı yayılması demektir. Bu yayılma deri altı bağ dokusunu da etkileyerek vücudun normalden daha fazla su tutmasına ve dolayısıyla da kan dolaşımının zayıflamasına neden olur. Vücut kan dolaşımındaki zayıflamayla birlikte, dokulara eskisinden daha az oksijen ulaşmayla başlar. Bunun sonucu dokular elastikiyetini kaybeder ve cilt yüzeyi pürüzlü bir görünüm almaya başlar. Fame Güzellik salonunda selülit bakımı ve selülit masajı düzenli periyotlarla uygulandığında, selülit görüntüsü en aza indirgenmektedir…* ***Dual Kavitasyon****: Kavitasyon, Cildin dış yüzeyine uygulanan ultrasonun yayılması, yağ dokusundaki hücre sıvısında ani ve yüksek basınç değişikliklere dayanan bir yöntemdir. Bölgesel yağlanma ve selülitle ses dalgaları yardımıyla savaşan, cerrahi olmayan bir yöntemdir. Kavitasyon uygulaması ile oluşan köpüklenme önce genişleme, sonra patlama yaratır. Kavitasyon denilen bu etki; yağı sıvılaştırıp hücrelerin duvarlarını tahrip ederek yağların yapısını bozar. Bu dokudaki yağ hücreleri ve açığa çıkan yağ asitleri parçalanarak, lenf yolları sayesinde buralardan uzaklaştırılmaya çalışılır. Kavitasyon uygulamasında İlk seansta yağlı alanın kalınlığına göre değişen 2-10 cm arasında bir incelme görülebilir. Kavitasyonda seanslar haftada 2 seans, daha sonra haftada 1 seans olarak devam edebilir. Kişinin durumuna göre seans sayısı belirlenir. Tedaviyi desteklemek için gerekli olan beslenme diyet uzmanı tarafından planla Gözle görülebilen iyi sonuçlar elde etmek için 6-10 seans uygulama yapılmaktadır. Her seans ortalama1-1,5 saat sürmektedir. Seanslar haftada 1 uygulanmaktadır. Liposuction veya abdominoplasti yani karın germe denilen yöntemleri gerektiren durumlar dışında, ameliyatsız çözüm isteyen kişiler için teknolojiyle birlikte tıbbın varabileceği gerçek sonuçlar vaat eden, bilimsel bir alternatiftir. Kavitasyon avantajları: Güvenlidir, ağrısızdır, cerrahi müdahale gerektirmez, selülit ve yağ parçalamada, bölgesel incelmede son derece etkilidir. Özel bir diyet, spor takviyesi gerekmemekle beraber, nasıl olsa böyle bir uygulama yaptırdım diye fazla yemek yemek mantığı kaybedilen yağların yeniden oluşmasına neden olur. Yine de serbestleşen yağ asitlerini harcamak ve yenilerini depolamamak için, yaşa ve bedene uygun bir beslenme ve hareket etmenin haricinde özel bir çaba gerekmez. İlk seanstan itibaren yağlı bölgede elle tutulur bir yumuşama ardından da sertleşip küçülme hissedilir. Gözle görülür sonuçlar ise 15. günden itibaren net bir şekilde görülür…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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.**

Sonuç olarak; ***“…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 Sağlık Bakanlığı tarafından açıkça belirtilmiştir.

Neticede anılan kuruluş tarafından bahsedilen yöntemlerin uygulamasına karar verilmesinde mutlaka ilgili uzman hekimce/hekimlerce kişilerin değerlendirilmesi gerektiği, bu yöntemlerin etkin kullanılmadığı takdirde 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, ütüleme epilasyon, IPL ve selülit tedavisi**” gibi tıbbi işlemlerin bir an için söz konusu kuruluş bünyesinde uygulanmadığı düşünülse dahi **tanıtımlarının yapıldığı,**

15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik ile güzellik salonlarının “sağlık kuruluşu” statüsünden çıkarılarak belediyeler tarafından ruhsatlandırılan işyerlerine dönüştürüldüğü ve dolayısıyla söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan “**Kavitasyon, ütüleme epilasyon, IPL ve selülit tedavisi**”gibi tıbbiişlemlerin anılan kuruluş bünyesinde uygulanmasının yasak olduğu,

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 internet sitesi adresinde ve bina tabelasında *"FAME GÜZELLİK ESTETİK SALONU*" ifadesinde yer alan “estetik” kelimesinin kullanılması sonucu kuruluşunuzun bir estetik merkezi olduğu izlenimi yarattığı;

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 değerlendirilmiş olup, 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 ve 16.5 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 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **Egecan Grup İnşaat Taah. Turizm Petrol Ürünleri Paz. Kuaför Güzellik Salonları Kozmetik ve San. Tic. Ltd. Şti. (FAME GÜZELLİK ESTETİK SALONU)** isimli kuruluşhakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri dahilinde **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2014/1235**

**Şikayet Edilen:** **Karmen Beauty Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.7.2014 – 25.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait <www.ankaraguzellikmerkezleri.com> adresli internet sitesinin 28.07.2014 ve 25.12.2014 tarihli görünümlerinde; kuruluşun isminin *“Karmen Beauty”* olarak nitelendirildiği ve aynı adresli internet sitesinin 28.07.2014 tarihli görünümde kuruluşun verdiği hizmetler arasında *“Kavitasyon, IPL Foto Epilasyon*”, 25.12.2014 tarihli görünümde ise*“Kavitasyon*” başlıklarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

* Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin “Güzellik ve estetik veya bu amaçla açılan merkezlerin ve ünitelerin uyumu” başlıklı geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,
* İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1 inci ve 16.4 üncü 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, 20 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2014/1539-I**

**Şikayet Edilen:** **Özel Maya Sağlık Hizmetleri ve Tic. A. Ş. (Özel Avrupa Şafak Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“10 dakikada gözlüklerinizden kurtulun!”*** başlıklı broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürlerde, *" 10 dakikada gözlüklerinizden kurtulun!Kapak estetiği, Uzak-Yakın gözlüklerden kurtulma (Multifokal lens implantasyonu), Glokom laser tedavisi (Göz tansiyonu), SLT, Göz içi kanama ameliyatı (Vitrektomi), Argon laser (Diabet hastalarında), Yağ laser ( Katarakt sonrasında), Sinir tomografisi (OCT), Göz kornea kalınlık ölçümü (Pakimetri), Bilgisayarlı görme alanı, Göz anjiyosu (FFA), Şaşılık ameliyatları, Keretokonus Tedavisi (Crosslinking), Renk körlüğü, Gözyaşı kanal tıkanıklığında laser tedavisi. Avrupa Şafak Göz 417 00 00. İstanbul Şafak Göz 614 56 56 . Şafak Tıp Göz 668 78 78. Sizlere GÖZ'ümüz gibi bakıyoruz. Şafak Hastaneler grubu."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait broşürlerde tespit edilen ifadelerin; bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliği taşıdığı; dolayısıyla, şikayete konu broşürlerin talep yaratıcı olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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, 20 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Maya Sağlık Hizmetleri ve Tic. A. Ş. (Özel Avrupa Şafak Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2014/1539-II**

**Şikayet Edilen:** **Özel Maya Sağlık Hizmetleri ve Tic. A. Ş. İstanbul Beşyüzevler Şubesi (Özel İstanbul Şafak Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“10 dakikada gözlüklerinizden kurtulun!”*** başlıklı broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürlerde, *" 10 dakikada gözlüklerinizden kurtulun!Kapak estetiği, Uzak-Yakın gözlüklerden kurtulma (Multifokal lens implantasyonu), Glokom laser tedavisi (Göz tansiyonu), SLT, Göz içi kanama ameliyatı (Vitrektomi), Argon laser (Diabet hastalarında), Yağ laser ( Katarakt sonrasında), Sinir tomografisi (OCT), Göz kornea kalınlık ölçümü (Pakimetri), Bilgisayarlı görme alanı, Göz anjiyosu (FFA), Şaşılık ameliyatları, Keretokonus Tedavisi (Crosslinking), Renk körlüğü, Gözyaşı kanal tıkanıklığında laser tedavisi. Avrupa Şafak Göz 417 00 00. İstanbul Şafak Göz 614 56 56 . Şafak Tıp Göz 668 78 78. Sizlere GÖZ'ümüz gibi bakıyoruz. Şafak Hastaneler grubu."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait broşürlerde tespit edilen ifadelerin; bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliği taşıdığı; dolayısıyla, şikayete konu broşürlerin talep yaratıcı olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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, 20 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Maya Sağlık Hizmetleri ve Tic. A. Ş. İstanbul Beşyüzevler Şubesi (Özel İstanbul Şafak Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2014/1539-III**

**Şikayet Edilen:** **Algül Sağlık Hizmetleri ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Şafak Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“10 dakikada gözlüklerinizden kurtulun!”*** başlıklı broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürlerde, *" 10 dakikada gözlüklerinizden kurtulun!Kapak estetiği, Uzak-Yakın gözlüklerden kurtulma (Multifokal lens implantasyonu), Glokom laser tedavisi (Göz tansiyonu), SLT, Göz içi kanama ameliyatı (Vitrektomi), Argon laser (Diabet hastalarında), Yağ laser ( Katarakt sonrasında), Sinir tomografisi (OCT), Göz kornea kalınlık ölçümü (Pakimetri), Bilgisayarlı görme alanı, Göz anjiyosu (FFA), Şaşılık ameliyatları, Keretokonus Tedavisi (Crosslinking), Renk körlüğü, Gözyaşı kanal tıkanıklığında laser tedavisi. Avrupa Şafak Göz 417 00 00. İstanbul Şafak Göz 614 56 56 . Şafak Tıp Göz 668 78 78. Sizlere GÖZ'ümüz gibi bakıyoruz. Şafak Hastaneler grubu."* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait broşürlerde tespit edilen ifadelerin; bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliği taşıdığı; dolayısıyla, şikayete konu broşürlerin talep yaratıcı olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 29 uncu 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, 20 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Algül Sağlık Hizmetleri ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Şafak Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2014/1730**

**Şikayet Edilen:** **Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanesi**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Okan Diş ile sağlığınız emin ellerde!”*** ibareli gazete reklamları ile [www.okandis.com](http://www.okandis.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2014 – 25.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete, İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait;

* 12.11.2014 tarihli Hürriyet Gazetesi’nin 8 inci sayfasında yer alan gazete reklamlarında; *“Okan Üniversitesi Mecidiyeköy Kampüsü’nde. Okan Diş ile sağlığınız emin ellerde! Bilimin ışığında sağlıklı gülüşler.”* ifadeleri ile,
* <www.okandis.com> adresli internet sitesinin 25.12.2014 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; kliniğe ait görüntülere yer verildiği,

- Ana sayfada, “Diş Beyazlatma Tedavisi” alt başlığı altında; tedavi öncesi ve sonrası görüntüsüne yer verildiği,

- “Dekan Mesajı” başlığı altında; *“Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanesi****,****11 Haziran 2014 tarihinde düzenlenen görkemli bir açılışla, hasta tedavi hizmetlerine başlamış bulunuyor.Hastanemizde; diş hekimliğinin her branşındaki tedavi hizmetleri, Diş Hekimliği Fakültemizin güçlü akademik kadrosu tarafından gerçekleştiriliyor. Her biri kendi alanında yetkin, ulusal ve uluslararası platformda isim sahibi, en son teknolojiyi bilen ve kullanan öğretim üyelerimizle; hastalarımızı hem ağız-diş sağlığı ve bakımı hakkında bilgilendiriyor, hem de her hastamıza kendisine özgü bir tedavi planlaması sunuyoruz.Diş ünitleri, dental mikroskop ünitesi, ağız içi ve ağız dışı radyolojik görüntüleme cihazları, dental bilgisayarlı tomografi cihazı (CBCT), CAD-CAM cihazı, lazer cihazı ve her branşa özgün diş hekimliği cihazları ve aletleri açısından en üstün teknolojik donanıma sahip olan Hastanemizde; bir ilki daha gerçekleştirmiş olmanın gururunu yaşıyoruz.Sağlık Bakanlığı yönergesine uygun olarak ve son teknoloji sterilizasyon cihazları ve aletleri ile donatılan merkezi sterilizasyon birimimizin yanı sıra; ülkemizde ilk kez Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanesi’nde, “Teknolojik Su Dezenfeksiyon Sistemi”ni kullanmaktayız. Modern diş ünitlerimizin tüm su dolanım aksamları ve hastanemizin tüm su boruları, bu sistem ile dezenfekte edilirken; enfeksiyon kontrolü açısından hastalarımızın, hekimlerimizin ve çalışanlarımızın güvenliğine büyük katkı sağlıyoruz.Hastanemizde, Sağlık Bakanlığı yönergesine uygun olarak en son teknolojik cihazlar ve aletler ile donatılmış bir ameliyathanemiz de bulunuyor. Ameliyathanemizde; diş hekimi korkusu olan, tüm işlemlerinin aynı seansta bitmesini isteyen, komplike olgularda endikasyonu olan ve/veya engelli olan çocuk ya da erişkin hastalarımızın diş tedavilerini, genel anestezi altında veya sedasyon uygulayarak gerçekleştiriyoruz.Unutmayalım“Sağlık ağızda başlar”Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanemizde, deneyimli, donanımlı ve güçlü öğretim üyesi kadromuzla; diş hekimliğinin her alanında son teknolojiyi kullanarak; hastalarımıza çağdaş, kaliteli ve doğru diş tedavileri sunmak ve yaşam boyu ağız-diş sağlığı kazandırmak için biz hazırız.Siz de hazır mısınız?”,*

- “Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi” başlığı altında; *“(…)Geleneksel cerrahi girişimlerin modern teknoloji ile uygulandığı anabilim dalı kliniklerimizde; implant operasyonları ve beraberinde gerekli görüldüğünde sinus lifting (sinus yükseltilmesi), greft (kemik tozu) uygulamaları gibi ileri cerrahi yöntemler, dünya standartlarında sterilizasyon konseptleri uygulanarak yapılmaktadır.”,*

- “Endodonti” başlığı altında; *“(…)Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanemizin Endodonti Kliniklerinde; çağdaş endodontik aletler ve cihazlar kullanılmakta, bilimsel araştırmalarla başarısı kanıtlanmış ve etkinliği ortaya konmuş çağdaş endodontik yöntemler ve endodontik materyaller uygulanmaktadır. (…)Kliniğimizde yapılan tüm tedaviler sırasında özel büyüteçlerden, mikroskoptan ve çağdaş radyolojik tekniklerden yararlanılmaktadır.”,*

- “Ortodonti” başlığı altında; *“(…)Kliniğimizde ortodonti alanına giren her işlem yapılmakta, en yeni teknik ve malzemeler kullanılmaktadır.(…)”,*

- “Pedodonti” başlığı altında; *“(…)Bu amaçla özel donanımlı olarak hazırlanmış olan ameliyathanemizde ve sedasyon ünitemizde, özel bakım gerektiren hastalarımızın gerekli tüm diş tedavileri tek seansta tamamlanabilmektedir.Bu hizmeti en iyi şekilde verebilmek için uzman hekim ve akademik kadromuz özveri ile çalışmaktadır.”,*

-“Periodontoloji” başlığı altında; *“(…)Periodontoloji Anabilim Dalı Kliniğimizde; son gelişmeleri takip eden, donanımlı bir ekip ve modern teknoloji ile hastalıkları teşhis ederek hastalık nedeniyle kaybolan dokunun rejenerasyonuna, fonksiyonel ve kalıcı bir diş dizisinin yaratılmasına, kolayca temizlenebilen bir periodontal ortamın elde edilmesine ve estetiğin iyileştirilmesine çalışmaktayız.”,*

- “Protetik Diş Tedavisi” başlığı altında; *“Hastanemizin Protetik Diş Tedavisi Anabilim Dalı Klinikleri, en modern donanımı ve deneyimli kadrosu ile üst düzey tedavilerinizde sizin yanınızda yer almaktadır. Kliniğimizde implant veya diş destekli tüm sabit ve hareketli protezlerin yanı sıra; çene yüz protezleri ve çene eklemi tedavileri de yapılmaktadır. (…)”,*

- “Restoratif Diş Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Restoratif Diş Tedavisi Anabilim Dalı’nda, bilimsel gelişmeler doğrultusunda yeni materyaller, yeni cihazlar ve yeni tedavi yöntemleri kullanılarak; hastalarımıza her zaman güncel ve kaliteli bir sağlık hizmeti sunulması hedeflenmektedir.”,*

- “Lingual Ortadonti – Görünmeyen Diş Telleri” başlığı altında; *“(…)ağzın görünümü son derece doğal ve estetik kalmaktadır. Diş görünümünü önemseyen, geleneksel braketlerle kendini rahat hissetmeyen, hem gülümsemesini güzelleştirmek, hem de profesyonel görünümünü korumak isteyenler için lingual ortodonti mükemmel bir seçenektir.(…)* *Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanesi Ortodonti Anabilim Dalı’nda bu konuda uzmanlaşmış öğretim üyelerimiz lingual ortodonti alanında her türlü tedaviyi uygulamaktadır.”,*

- “Çocuklarımız Sağlıklı ve Güzel Dişlerle Gülümsesin!” başlığı altında; *“(…)çocuk diş hekimliğinde uzmanlaşmış öğretim üyeleri tarafından çocukların yaşlarına uygun yöntemlerle, sevgi ve anlayışla gerçekleştirilmektedir.Ayrıca, diş hekimi korkusu olan veya çeşitli genel sağlık problemleri veya anomalileri olan çocuklar da; sedasyon veya genel anestezi altında hiç korku duymadan ve tek seferde tedavi edilmektedirler.”,*

- “Çene Eklemi (Temporomandibular Eklem – TME) Rahatsızlıkları” başlığı altında; *“(…)Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanemizde çene eklemi (TME) rahatsızlıkları konusunda uzmanlaşmış; Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Protetik Diş Tedavisi, Ortodonti ve Ağız, Diş ve Çene Radyolojisi Anabilim Dallarından deneyimli öğretim üyelerinin oluşturduğu bir “Temporomandibuler Eklem Ünitesi” bulunmaktadır.”,*

- “Diş Beyazlatma Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanesi Restoratif Diş Tedavisi Anabilim Dalı’nda; bu konuda uzmanlaşmış öğretim üyelerimiz, diş beyazlatma tedavisini kontrollü ve güvenli bir şekilde uygulamaktadır.”,*

- “Dişsizliğin Sağlıklı ve Kalıcı Tedavisi:Dental İmplant” başlığı altında; *“(…)Yüksek başarı oranına sahip dental implantların başarısızlık oranının hem cerrahi açıdan hem de protetik açıdan azaltılması amacıyla; Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanemizde, bu konuda uzmanlaşmış Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Periodontoloji ve Protetik Diş Tedavisi Anabilim Dallarının oluşturduğu multidisipliner bir akademisyen ekibi bulunmaktadır.”,*

-“Bilgisayar Destekli Estetik Dişler (CAD-CAM Teknolojisi)” başlığı altında; *“(…)Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanemizde bulunan CAD-CAM ünitemizde, bu konuda uzmanlaşmış öğretim üyelerimiz tarafından tüm estetik diş hekimliği uygulamaları gerçekleştirilmektedir.”* ifadeleri ile,

- “Güzel Bir Gülüş için Pembe Estetik” başlığına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 40 ıncı maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 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, 6/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 **Okan Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Eğitim ve Uygulama Hastanesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2014/1764**

**Şikayet Edilen:** **Merdis Sağlık Gıda Turizm İmalat San. ve Tic. Ltd. Şti. (Avrupa İnci Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 29.12.2014 tarihli görünümünde;

- "Hakkımızda" başlığı altında; *" Kliniğimiz 15 yıllık tecrübe ve birikimden sonra konusunda uzman hekimler tarafından bölgemizde bulunan bir eksikliği gidermek amacı ile hizmete girmiştir.Amacımız kliniğimizde diş hekimliğinin sahip olduğu en son yenilik ve olanakları hastalarımızın hizmetine sunarak hastalarımızı memnun etmek ve takdirlerini kazanmaktır.(...)"*  ifadeleri ile,

- "Hakkımızda, Sağlık Turizmi" başlıkları altında; kliniğe ait görüntülere yer verildiği,

- "İmplant, Kuron-Köprü Benzeri Yapıştırmalı Protezler, Total veya Bölümlü Protezler, Diş Beyazlatma, Diş Dolguları, Ortodonti" başlıkları altında tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 40 ıncı maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci 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, 6/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 **Merdis Sağlık Gıda Turizm İmalat San. ve Tic. Ltd. Şti. (Avrupa İnci Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2014/1765**

**Şikayet Edilen:** Pers İnşaat Sağlık Hizmetleri Turizm ve Gıda San. Ltd. Şti. (Clinique Dent Beauty Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 29.12.2014 tarihli görünümünde;

- "Diş Hekimliğinde Botox ve Derma Filler" başlığı altında; *" (...)Biz de Dent Beaute olarak Türkiye'de tüm yüz estetik ve gülüş tasarımının öncülüğüğnü yapıyoruz.(...)"*

- "Diş Estetiği/Pembe Estetik/Gingivoplasti" başlığı altında; *" (...)Kliniğimizde kullanılan Er-yağ ve Diod lazerleri ile dişeti tedavileri daha ağrısız geçmekte ve operasyon sonrası iyileşme diğer yöntemlere göre daha hızlı olmaktadır.(...)"*  ifadeleri ile,

- Ana sayfada, "Bakteri Plağı nedir?" başlığı altında; klinikte kullanılan cihazların görüntüsüne yer verildiği,

- "Kliniğimizden Görüntüler" başlığı altında; kliniğe ait görüntülere yer verildiği,

- "Gülüş Tasarımı-Diş Etleri, Diş Estetiği/Pembe Estetik/Gingivoplasti" başlıkları altında tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 40 ıncı maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci 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, 6/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 **Pers İnşaat Sağlık Hizmetleri Turizm ve Gıda San. Ltd. Şti. (Clinique Dent Beauty Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2014/1766**

**Şikayet Edilen:** **Dentamalatya Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 30.12.2014 tarihli görünümünde;

- "Laser Destekli Diş Hekimliği" başlığı altında; *Bizler Denta Malatya’da 2010 yılından beri laser kullanmaktayız.Düşük watt’lı ve düşük özellikli laser cihazları da laser tedavilerinde kullanılmaktadır. Fakat bu cihazlarla etkili tedavi yapmak mümkün değildir.Laser tiplerini (dalga boyunu) ve cihazın markasını seçerken dikkat ettiğimiz en önemli konu dokularda çalışırken, çalıştığımız laser tipinin başarısının bilimsel literatürlerle gerçekten desteklenmiş olması ve farklı doku tiplerinde çalışmayı destekleyecek çok geniş çalışma parametrelerine sahip olabilmesiydi.Kullandığımız laser cihazı sert ve yumuşak doku laser tiplerinin en etkili dalga boyu olan Erbium:Yag ve Neodmium:Yag laserlerinin tek bir kabinde en kullanışlı şekilde kombine edildiği Fotona Fidelis Plus III laseridir. Bu laser cihazı ile ağız ve diş tedavisinde laser ile yapılabilecek her tedaviyi yapmak mümkündür.Diş hekimliği teorik ve pratik olarak çok emek isteyen zor bir eğitim gerektirir. Diş hekimliğinde laser ülkemizde yeni yeni kullanıldığı ve laser cihazları pahalı cihazlar olduğu için henüz pek çok fakültede bulunmamakta, dolayısıyla yeterli eğitim şansı bulunmamaktadır.Mezun olan diş hekimi normal bir fakülte öğreniminde adı geçmeyen yeni bir tedavi yöntemi ve teknoloji ile karşı karşıya kalmaktadır. Halbuki laser tedavisi diş hekimliğinde bilimsel dayanağı olan, yüksek vasıflı ve yenilikçi bir tedavi yöntemidir. Kullanım açısından bilgi, tecrübe ve pratik gerektirir.Şu anda dünyanın 101 ülkesinde kabul gören ve laser diş hekimliğinin tüm aşamalarını içeren eğitimin verildiği tek merkez Aachen Üniversitesi’dir. Bu merkezde uygulanan Professional Master “Lasers in Dentistry” büyük bir geleceği olan ve yenilikçi hekimler için iki yıl süreli, lisans sonrasında yapılabilen, modüler olarak yapılandırılmış ve mesleği tamamlayıcı bir yüksek lisans programıdır.Kliniğimizde laser sistemleri bu merkezde alınan eğitimin verdiği destek ile verimli şekilde kullanılmaktadır."* ,

- "Kliniğimiz" başlığı altında; *" (...)Diş hekimi korkusu tarihe karışıyor.Denta Malatya toplumumuzada, bilgi eksikliği, yanlış bilgilenme ya da kötü deneyimler sonucu oluşmuş 'diş hekimi korkusu'na son vermek istiyor.O nedenle de rahatlık konfor ve güven hizmet anlayışımızın parolası oluyor. Denta Malatya evinizdeki kadar rahat hissetmeniz için tasarlanmıştır."*  ifadeleri ile,

- "Galeri, Kliniğimiz" başlıkları altında; kliniğe ait görüntülere yer verildiği,

- "Dental Radyoloji, Laser Destekli Diş Hekimliği" başlıkları altında; klinikte kullanılan cihazlara ait görüntülere yer verildiği,

- "İmplant" başlığı altında; tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 40 ıncı maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci 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, 6/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 **Dentamalatya Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2014/1739**

**Şikayet Edilen:** **Yaman YAMANGİL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yaman YAMANGİL’in şahsına ait internet sitesinin 26.11.2014 tarihli görünümünde; *“Dişleriniz bizimle güvende.240 metrekarelik muayenehanemizde son teknoloji aletlerimizle donatılmış 3 ünitemiz bulunmaktadır.”* ifadeleri ile kliniğe ve klinikte kullanılan cihazlara ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

* 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 40 ıncı maddesi,
* TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,
* İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmeliğin 32 nci 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, 20 ve 21 inci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**30)**

**Dosya No: 2013/654**

**Şikayet Edilen:** **Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15/05/2013, 31/07/2013, 17/11/2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <www.facebook.com> adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasının 17/11/2014, 31/7/2013 ve 15/5/2013 tarihli görünümlerinde yer alan; *“ (...) DÜNYAGÖZ HASTANELER GRUBU - 1996 yılında hizmet vermeye başlayan Dünyagöz, gözün tüm branşlarında 240 farklı tedavi yöntemiyle 365 gün, 24 saat göz ve göz çevresi sağlığına dair sorunlara kesin çözüm getiriyor. Ülkemizde branş hastaneciliği ile yeni bir dönem başlatan Dünyagöz Hastaneler Grubu, yurt içi ve yurtdışında toplam 18 merkezinde ilkeli sağlık hizmeti veriyor. Dünyagöz, sürekli yenilenen eksiksiz teknolojisi, profesör, doçent ve uzman doktorlardan oluşan 160 kişilik deneyimli medikal kadrosu, 1500'den fazla personeli ve çağdaş yönetim anlayışıyla kısa sürede dünyanın sayılı birkaç merkezi arasında yer almayı başardı. (...) Vizyonumuz - Ülkemizde ve yurt dışında, kalite standartlarımızı daima yükselterek hizmet ağımızı genişletmek, sahip olduğumuz dünyanın en büyük özel göz hastanesi unvanını korumak ve marka bilinirliğimizi tüm dünya ülkelerine yaymak. Misyonumuz - Toplumun her kesimine en yüksek standartlarda (hızlı, doğru, kesin tanı ve tedavi) göz sağlığı hizmetini sunmak üzere dünyada kabul görmüş en son teknoloji ve en güncel teşhis ve tedavi yöntemlerini topluma sunmakta öncü olmak, Hastaların tedavi aldıkları her süreçte kendilerini güvende ve huzurlu hissetmelerini sağlayacak ilgi, alaka ve mekan konforunu sunmak, Göz alanında ülkemizin önde gelen akademik kariyer sahibi, bilimsel çalışmalar ve araştırmalarla kendisini sürekli yenileyen medikal kadroyla hizmet vermek, TIR Mobil Göz Kliniği ile sosyal sorumluluk projeleri yürütmek, toplumu göz hastalıkları konusunda bilgilendirmenin yanı sıra maddi imkanı olmayan kişilere ücretsiz teşhis ve tedavi imkanı sağlamak, Türk oftalmolojisine, dünyadaki tüm gelişmeleri yakından takip ederek yapacağımız bilimsel çalışma ve araştırmalarımız ile bilgi kaynağı olmak, Yurt dışında, öncelikle sağlık hizmetlerinde yetersiz ülkelerin tespit edilip bu ülke vatandaşlarının sağlık turizmi paketlerimiz ile hastanelerimizde tedavilerini gerçekleştirmek.(...) Dünyagöz’ün lazer teknolojileri sayesinde ağrısız, güvenli ve hızlı bir tedavi ile sağlıklı gözlere sahip olabilirsiniz. (...) Dünyagöz’de lazer ameliyatı için kendinize ayıracağınız en değerli 1 saat ile tüm dünyaya bakışınız değişsin. Detaylı bilgi ve randevu için: 444 4 469 (...) Dünyada ilk kez Dünyagöz'de uygulanan bir operasyonla 23 yıl sonra gözüne kavuşan Taliha Gül'ün bu mutluluğu bizim de gururumuz ve mutluluğumuzdur. (...) Bu yaz " ohh, dünya varmış!" diyeceksiniz. Bıçaksız Intralase Lazer tedavisinde %50 indirim fırsatı sizi bekliyor! (...) İlk 1000 kişiye Bıçaksız lazerde %50 indirim (...) Mayıs ayında herkese, %50 indirim fırsatı. (...) Tüm medikal estetik uygulamalarında %50' ye varan indirim fırsatı için son 4 gün! Mayıs ayı sonuna kadar medikal estetik uygulamalarımızda %50' ye varan indirim sizi bekliyor! Göz çevrenizi canlandırmak istiyorsanız, Dünyagöz'e gelin bu fırsatı kaçırmayın! (...) Dünyagöz' de pelleve uygulamaları FDA onaylı, hijyenik koşullarda ve uzman estetisyenlerimiz tarafından yapılmaktadır. (...) Ağrısız ve son derece güvenli olan lazer tedavisi deneyimli hekimlerimizle, size en güzel görüşü kazandırmak için yıllardır Dünyagöz' de başarıyla uygulanmaktadır. (...) Çocuklarınızda sık sık gözü ovuşturma, okuduğu yeri parmakla takip etme, bir gözü kasma ya da kapama gibi belirtiler fark ettiyseniz, minik ellerinden tutup Dünyagöz' e gelin, muayenelerini hemen yaptırın. Böylece, ileride düzeltilemeyecek bir rahatsızlığın önüne geçenilirsiniz. (...) Güzelliğinize Dünyagöz dokunuşu... Dünyagöz, göz çevresi estetiğinin yanı sıra artık medikal estetik uygulamalarında da hizmetinizde.... (...) Türkiye genelinde 1098 markanın katıldığı Superbrands 2012 Türkiye listesinde, Türkiye' nin ilk branş hastanesi ve dünyanın en büyük göz hastaneler grubu olan Dünyagöz, Türkiye' de sağlık sektörünün tek süper markası seçildi. (...)”* şeklindetanıtımlar tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com](file:///D%3A%5CUsers%5C20228359674%5CDesktop%5Cwww.facebook.com) adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasında yer alan tanıtımlar ile tanıtımlar ile sağlık alanında hizmet veren mezkur kuruluş lehine talep yaratıldığı, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 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.

**31)**

**Dosya No: 2013/653**

**Şikayet Edilen:** **Magrabi Optik Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Magrabi Optical'da %50'ye varan indirim başladı. Hemen bir Magrabi veya Şişli Optik Mağazası'na gelin, optik ve güneş gözlüklerinde büyük indirimi kaçırmayın"*** ibareli kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06/07/2013

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Söz konusu kuruluş tarafından gönderilen 6/7/2013 tarihli SMS'ler aracılığıyla yapılan tanıtımlarda, *“ Magrabi Optical'da %50'ye varan indirim başladı! Hemen bir Magrabi veya Şişli Optik mağazasına gelin, optik ve güneş gözlüklerinde büyük indirimi kaçırmayın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri, indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluş tarafından gönderilen 6/7/2013 tarihli SMS'ler aracılığıyla yapılan tanıtımlarda, *“ Magrabi Optical'da %50'ye varan indirim başladı! Hemen bir Magrabi veya Şişli Optik mağazasına gelin, optik ve güneş gözlüklerinde büyük indirimi kaçırmayın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak söz konusu kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri, indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünlerin stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği, 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, 12 ve 21 inci maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Magrabi Optik Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 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.

**32)**

**Dosya No: 2013/658**

**Şikayet Edilen:** **Özkan Atik Pazarlama Gıda Tekstil İnş. İth. ve İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (Choyang Medical)**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Choyang Medical – Mutlu yarınlar ve güzel bir gelecek için"*** ibareli broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait *" Choyang Medical - Mutlu yarınlar ve güzel bir gelecek için"*  ibareli broşürlerde; *“ (…) Choyang Thermal Masaj Yatağı - Hayatınızda Choyang adı var mı diye iyice bakın çünkü bu ad size hep iyi bakacak. Ücretsiz deneme seanslarımızla hizmetinizdeyiz. (...) Termal Yatak sistemi Mucize mi yoksa Bilim mi? Tabiki bilimdir. (...) Choyang Termal Yatak sistemi Batı ve Doğu tıbbı işbirliğinin neticesi olan yeni tıp çağının en doruk noktasıdır. Choyang Termal Yatak Sistemi sağlık amaçlı masaj sistemşnde yepyeni bir konseptir. Bu konsept Doğu tıbbının gizemlerini ve ilkelerini Batı tıbbının bilimsel yaklaşımıyla sunar. (...) Choyang termal masaj yatağının içinde bulunan Kore yeşim taşından yapılan tekerlek mekanizması sayesinde omurgayı baştan başlayıp kuyruk sokumuna kadar 24 yerde akupressur masajı yaparak sinir uçlarını uyararak sinirlerin görevlerini mükemmel şekilde yapmasını sağlar. (...) Kan dolaşımının düzenlenmesini, varis ve selülitlerin giderilmesini sağlar. İnanılmaz rahatlatma özelliğine sahip bir aparatı daha var ki sinirlere vermiş olduğu tamamen tehlikesiz düşük frekans akımı ile kullanan için çok faydalı ağrı kesici özelliği olan bir tekniktir. (...) Ücretsiz Deneme ve Satış Merkezimize Sizleri Bekliyoruz. (...) ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait *" Choyang Medical - Mutlu yarınlar ve güzel bir gelecek için"* ibareli broşürlerde; *“ (…) Choyang Thermal Masaj Yatağı - Hayatınızda Choyang adı var mı diye iyice bakın çünkü bu ad size hep iyi bakacak. Ücretsiz deneme seanslarımızla hizmetinizdeyiz. (...) Termal Yatak sistemi Mucize mi yoksa Bilim mi? Tabiki bilimdir. (...) Choyang Termal Yatak sistemi Batı ve Doğu tıbbı işbirliğinin neticesi olan yeni tıp çağının en doruk noktasıdır. Choyang Termal Yatak Sistemi sağlık amaçlı masaj sistemşnde yepyeni bir konseptir. Bu konsept Doğu tıbbının gizemlerini ve ilkelerini Batı tıbbının bilimsel yaklaşımıyla sunar. (...) Choyang termal masaj yatağının içinde bulunan Kore yeşim taşından yapılan tekerlek mekanizması sayesinde omurgayı baştan başlayıp kuyruk sokumuna kadar 24 yerde akupressur masajı yaparak sinir uçlarını uyararak sinirlerin görevlerini mükemmel şekilde yapmasını sağlar. (...) Kan dolaşımının düzenlenmesini, varis ve selülitlerin giderilmesini sağlar. İnanılmaz rahatlatma özelliğine sahip bir aparatı daha var ki sinirlere vermiş olduğu tamamen tehlikesiz düşük frekans akımı ile kullanan için çok faydalı ağrı kesici özelliği olan bir tekniktir. (...) Ücretsiz Deneme ve Satış Merkezimize Sizleri Bekliyoruz. (...) ”* şeklinde ifadelere yer verildiği, oysa 1219 sayılı Tababet ve Şuabat'ı Sanatlarının Tarzı İcaresına Dair Kanun'un Ek-13 üncü maddesi çerçevesinde, insan sağlığına yönelik geleneksel/tamamlayıcı tedavi yöntemlerinin sadece hekimlerce ve hekimlerin yönlendirmesiyle ilgili sağlık meslek mensubu kişilerce uygulanması gerektiği, ayrıca, hekim dahi olsa hiçbir kimsenin, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ve rutin tedavi yöntemi haline gelmemiş herhangi bir yöntemi hastaların üzerinde uygulama yetkisinin bulunmadığı;

Öte yandan, tanıtımı yapılan cihazla ilgili olarak, ilgili Bakanlıktan herhangi bir ruhsat veya benzeri bir izin belgesinin alınmadığı, şayet bu ürün "tıbbi cihaz" kapsamında değerlendirilecek ise, Tıbbi Cihaz Yönetmeliği’nin EK I-Temel Gerekler başlıklı bölümün I- Genel Gerekler başlıklı 6/a maddesinin, “Tıbbi cihazın temel gereklere uygunluğu, Ek X’a göre yapılan bir klinik değerlendirmeyi içermelidir…” hükmü gereğince, bir ürünün tıbbi cihaz olması durumunda; cihazın etkilerinin klinik araştırma ve çalışmalarla ispatlanması ve temel gereklere uygun olması gerektiği; dolayısıyla da söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların mevzuata uygun biçimde ve bilimsel anlamda geçerli olan belgelerle ispatlanması gerektiği,

Tüm bu durumlara ek olarak, söz konusu masaj yataklarını satan ve yatakların kullanım hizmetini veren söz konusu kuruluş bünyesinde tedavi amaçlı uygulamalarda bulunulduğu ve kuruluşun bir sağlık kuruluşu olduğu yönünde izlenim yaratıldığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu; tüm bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 ve 8 inci maddelerine,

-Tıbbi Cihaz Yönetmeliğinin 5 ve 6 ncı maddeleri,

-Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15 ve 16 ncı 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,

- 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 **Özkan Atik Pazarlama Gıda Tekstil İnş. İth. ve İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (Choyang Medical)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 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.

**GIDA**

**33)**

**Dosya No: 2014/527**

**Şikâyet Edilen: Safa DOĞAN**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.aktarzane.com](http://www.aktarzane.com) adresli internet sitesinde yer alan “***Shiffa Home Biberiyeli Bitki Çayı***” ve “***Isırgan (Nettle) Doğal Bitki Çayı***” adlı ürünlere yönelik olarak yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.06.2014, 21.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.aktarzane.com](http://www.aktarzane.com) adresli internet sitesinin 21.08.2014 tarihli görünümünde ***“Shiffa Home Biberiyeli Bitki Çayı – Japonya da yapılan bir araştırmaya göre diterpenoitlerin vücuda* *zarar veren serbest radikalleri zararsız hale getirmektedir. Safrayı artırmaya, krampları önlemeye* *yardımcı olabilmektedir. Dahilen dolaşım rahatsızlıkları, sindirim sorunlarında kullanılmaktadır.* *Haricen biberiye yağı kullanıldığında romatizma ve dolaşım sorunların da destekleyici olarak* *kullanılabilir. Isırgan (Nettle) Doğal Bitki Çayı - Isırgan otu, nemli ve serin bölgelerde yetişen, kış* *aylarında serin ve nemli bölgelerde kendiliğinden çıkan, tohum ve yapraklarından şifa kaynağı olarak* *kullanılan latince isimleri ‘Urtica membranacca, Ortie, Urtica urenus, Urtica diocia’ olan, Mayıs-Ağustos ayları arasında çiçek açan, 20-100 cm boyunda, virânelik, yol kenarları ve duvar diplerinde bulunan bir senelik tek evcikli otsu bir bitkidir. Bünyesinde yüksek oranda A ve C vitamini vardır. İster otu olsun isterse de tohumu olsun bir çok hastalık çeşidinde tedavi amaçlı kullanılmaktadır. Isırgan Faydaları - Isırgan otu ve tohumu karaciğer, safra kesesi, mide, bağırsak ve pankreas salgılarını uyarır. - Isırgan otu ve tohumu Egzama hastalığını tedavi eder. - Isırgan otu, böbrek ve mesanede taş ve kum oluşumunu engeller, - Kan dolaşımını hızlandırır, - Isırgan otu idrar yollarındaki iltihaplanmalar söker, - Kabız olunduğu zaman, içilen bir bardak ısırgan otu çayı kabızlığı söker, - Soğuk algınlığı Grip ve nezle gibi hastalıklara karşı, ısırgan otu tedavi edici özellik gösterir, - Vücutta oluşan ödemleri yok eder. - Mide ağrılarına, ülsere ısırgan otu faydalıdır, - Birçok alerji türüne karşı, ısırgan otu vücudunuzu korur, - Romatizma ağrıları ve gut hastalığına karşı ısırgan otundan faydalanabilirsiniz.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda, tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek bahsi geçen ürünler ile ilgili 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, dolayısıyla bahsi geçen 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 6 ncı maddelerine,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 40/1, 42/1, 42/2 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, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2014/533**

**Şikâyet Edilen: Eyüp ÖZKURNAZ**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.balikesirshop.com](http://www.balikesirshop.com) adresli internet sitesinde yer alan “***Therma Epimedyumlu Macun***” adlı ürüne yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.balıkesirshop.com](http://www.balıkesirshop.com) adresli internet sitesinin 09.07.2014 tarihli görünümünde *“****Therma Epimedyumlu Macun - Cinsel güç arttırıcı afrodizyak.****”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda, endikasyon belirterek söz konusu ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, dolayısıyla bahsi geçen 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 6 ncı maddelerine,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 40/1, 42/1, 42/2 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, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2014/573**

**Şikâyet Edilen: Unsur Medikal – Şakir AKTAŞ**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.unsurmedikal.com](http://www.unsurmedikal.com) adresli internet sitesinde yer alan “***Çörek Otu***”, “***Kırkkilit***”, ***“Melisalı Bitki Çayı”*** adlı ürünlere yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.unsurmedikal.com](http://www.unsurmedikal.com) adresli internet sitesinin 28.05.2014 tarihli görünümünde ***“Çörek Otu - Mikrop, virüs ve mantarlara karşı öldürücü tesire sahiptir. İfraz boşaltıcı ve solunum borusunu genişleticidir. Kansere karşı koruyucu etkisi vardır. Kan şekerini düzenler. Yorgunluk halini giderip zindelik verir. Damar hastalıklarını önler. Cinsel gücü arttırır. Hazmı kolaylaştırır. Vücuttaki toksinleri süzerek atar. İdrar söktürücü özelliği ile safraya iyi gelir. Yaraların çabuk iyileşmesini ve hücrelerin yenilenmesini hızlandırır. Çörek otu Bağışıklık sistemini güçlendirir. Vücudu tahrip eden mikroplara karşı vücut direncini artırır. Kanserden AİDS e kadar birçok hastalıkta kullanılabilir. İltihaplı vakalarda iltihap engelleyici olarak kullanılabilir. Nefes darlığı ve solunum yolları hastalıklarında iyi bir yardımcı etken olduğunu defalarca kanıtlamıştır. Çörek Otu özünün meme, prostat, cilt kanseri gibi bazı kanser türlerinde kanser hücrelerinin gelişmesini yavaşlattığı görülmüştür. Bayanlarda sıkça görülen rahim ve vajinal iltihaplara iyi geldiği bilinmektedir. (Bunu, iltihabı ve akıntıyı meydana getiren mantar hücrelerini yutan vücut savunma hücrelerini destekleyerek başarmaktadır.) Çörek Otu Karaciğeri Tahripten Korur. Ayrıca bu mucizevi bitki canlılarda biriken zararlı toksik zehirleri de baskılar ve onların bu mucizevi bitkiden her gün almaları gerçekten faydalıdır. Kolon kanserini engeller. Şeker hastalığına Karşı son derece faydalıdır. Yüzyılımızın hastalıklarından birisi de alerjidir. Özellikle gelişmiş ülkelerin insanlar nedeni anlaşılamayan bir şekilde” hemen hemen her maddeye karşı alerji geliştirebilmektedir. Çörek otunun alerjik reaksiyonlarda vücudu baskılayıcı rol Egzama gibi rahatsızlıklarda çörek otu iyi bir iyileştiricidir. Romatizmal hastalıklar. Mide rahatsızlıkları ve reflü. Böbrek hastalıkları. Alkolün zararlı etkilerinin en aza indirilmesi. Kalp damar hastalıkları. Anti oksidan oluşu. Kolesterolün düşürülmesi. Hiper Tansiyon(yüksek tansiyon) vakalarında. Kırkkilit - İdrar söktürücü,kan dindirici,kum taş döktürücü Yara iyi edici,ödem çözücü, tüm deri hastalıklarında Prostat büyümesi ve iltihabında,kan dolaşımı bozukluğunda Vücut direncini artırıcı göğsü yumuşatıcı,hafif ateş düşürücü İdrar yolu kanamalarının durdurulmasında gaz giderici Adet söktürücü, bağışıklık sistemini uyarıcı Böbrek kuvvetlendirici Rahim kanserinin tedavisinde kullanılır. Melisalı Bitki Çayı - Beyin, Kalp, Rahim ve Sindirim sistemi üzerinde koruyucu kuvvetlendirici, Spazm çözücü, Ruhsal ve Fiziksel sakinleştirici, Hazmı kolaylaştırıcı, Bağırsak gazlarını giderici, Terlemeyi önleyici, Bağırsak parazitlerini düşürücü, Sinir krizleri, Depresyon, Kulak çınlaması, Baygınlık, baş dönmesi, Kansızlık, Yara iyileştirici, Mikrop öldürücü, Aşırı gerginliğin getirmiş olduğu sinir krizlerine, Depresif huzursuzluklara, İstem dışı kasılmalara, hafıza zayıflığını giderir. Sinemaki - Beyin işlevlerini artırıcı ve hafıza güçlendirici Ülser ve gastrit (mide yanması) oluşumunu da önlemektedir. Midede ülsere sebep olan bakterilerin üremesini önler. İdrar yollarındaki bakteri ve mantar enfeksiyonlarına karşı Zayıflatıcı, sindirim sistemini kuvvetlendirici.”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda, tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek bahsi geçen ürünler ile ilgili 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; dolayısıyla bahsi geçen 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 6 ncı maddelerine,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 40/1, 42/1, 42/2 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, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2013/1302**

**Şikâyet Edilen: Yücel AYDEMİR**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.crystallus.org](http://www.crystallus.org) adresli internet sitesinde yer alan “***Epsom Tuzu***” ve ***“Himalaya Tuzu - Crystallus”*** adlı ürünlere yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.crystallus.org](http://www.crystallus.org) adresli internet sitesinin 31.12.2013 tarihli görünümünde *“****Epsom Tuzu*** *- Epsom tuzu, İngiliz tuzu ya da acı tuz diye bilinen tuz nedir ve nerelerde kullanılır? Kimyasal bileşimi magnezyum sülfat… Bu tuz diğer mineraller gibi dağdan çıkarılır ve rafine edilerek çeşitli amaçlarda kullanılır. En az yedi çeşit epsom tuzu vardır. En çok da gübre olarak bilinir. Bunun yanında gıda katkısı olarak ya da banyo tuzu olarak da kullanılmaktadır.* ***Gıda katkısı olarak kullanılacak epsom tuzu insan tüketimine uygun olmak zorundadır ve bu sağlık raporu ile belgelenmek zorundadır. Bunun dışındaki epsom tuzu insan kullanımı ya da gıda takviyesi olarak kullanmak tehlikelidir. Avrupa da en çok da karaciğer temizliği yapmak için kullanılır. Ne yazık ki ülkemizde bu tuzun çeşitleri hakkında kimsenin bir bilgisi olmadığı için gübre olarak kullanılanı karaciğer temizliği için de satılmaktadır. Gıda kalitesinde olmayanların karaciğer temizliği için kullanılması tehlikelidir.****”* ifadeleri ile inceleme konusu internet sitesinin aynı tarihli görünümünde; “***Himalaya Tuzu – Crystallus*** *-* ***Rafine Himalaya tuzuna dikkat.*** *(Ölmüş tavuk yumurtlamaz,* ***rafine himalaya tuzu da iyileştirmez****) Piyasada birçok alışveriş merkezlerinde HİMALAYA tuzu adı altında ince yemeklik tuz satılmaktadır. Bu tuzların etiketlerini okursanız, rafine edilmiş ya da iyot katılmış Himalaya tuzudur diye yazdıklarını görürsünüz. Rafine edilen ya da iyot katılan tuzların artık himalaya tuzu ile hiçbir ilişkisi kalmaz. Bunların sadece adları himalaya tuzu geldikleri yer Pakistan olabilir ama artık Himalaya tuzu değildir. Bunlar rafine edilmiş kimyasal tuzlardır. Çünkü Himalaya tuzu bir niteliğin adıdır. Bir niceliğin adı değildir. Örneğin siz zemzem suyunu sterilize ederseniz o artık zemzem suyu değil saf su olur. Artık zemzem suyu ile nitelik olarak bir ilişkisi kalmaz. Rafine Himalaya tuzu satanlar bütün bunlardan haberdar olmadıkları için, işin kolayca para kazanma yollarını aramaktadırlar. Tüketicinin bilgisizliğini kötüye kullanan tüccarlardır. İzin vermeyin.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerde, bahsi geçen tuz çeşidinin gıda kalitesine uygun olmayanlarının piyasada insan tüketimine yönelik olarak satıldığının belirtildiği, gıda kalitesinde olanların ise karaciğer temizliğinde kullanılabileceğinin ima edildiği, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünlerin insan tüketimine ve gıda takviyesi olarak karaciğer temizliğine uygun olduğu yönünde yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, öte yandan anılan reklamlarda piyasada satışa sunulan rafine himalaya tuzlarının iyileştirmeyeceği belirtilerek tanıtımı yapılan ürünün tedavi edici olduğu yönünde imada bulunulduğu, dolayısıyla anılan reklamlarda, 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 bahse konu ürünler ile tedavi edilebileceği izleniminin oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı, bununla birlikte; söz konusu tanıtımlarda “Himalaya Tuzu” ve “Epsom Tuzu” adı altında, 2007/53 tebliğ no’lu Türk Gıda Kodeksi Tuz Tebliğinde yer almayan tuz tanımlarının yapıldığı, bu sebeplerle bahsi geçen tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 inci maddesine,

- 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 6 ncı maddelerine,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 40/1, 42/1, 42/2 maddelerine,

- 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, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yücel AYDEMİR** 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.

**37)**

**Dosya No: 2013/1303**

**Şikâyet Edilen: Yücel AYDEMİR**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.yasamingizemi.com](http://www.yasamingizemi.com) adresli internet sitesinde yer alan “***Himalaya Kristal Tuzu - Crystallus***” adlı ürüne yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.yasamingizemi.com](http://www.yasamingizemi.com) adresli internet sitesinin 14.05.2014 tarihli görünümünde *“****Himalaya Tuzu – Crystallus*** *- Sizlere yepyeni bir marka ve yepyeni bir HİMALAYA tuzu sunmanın heyecanını ve mutluluğunu yaşıyorum.* ***Her tarafı sahte Himalaya tuzlar ile dolduran tüccara karşı sizleri yalnız bırakmayacağıma söz vermiştim.*** *Biraz geç oldu ama sözümde durdum. Bizi sabırla bekleyen, izleyen okurlarımıza ve müşterilerimize gönülden teşekkür ederim. Artık Yaşamın Gizemi SALUS tarihe karıştı. Yaşamın Gizemi’nin yeni ürünü CRYSTALLUS. Herkese hayırlı uğurlu olsun… Yaşamın Gizemi Su ve Tuz – Bugün yeni bilimsel araştırmalar, insan vücudunun en önemli ve temel enerji kaynağının su olduğunu ortaya çıkarmıştır. Vücudun su ihtiyacı uzun zaman giderilmediğinde, insanda ciddi sağlık sorunları yaşatır. Bunların bazıları: Baş ağrıları, migren, eklem ve bel ağrıları (…) Geleneksel tıp bilimi bu basit mekanizmaları anlamaya çalışmak yerine, insan sağlığını bilimsel karmaşıklıkla tehlikeye sokmaktadır. Bunun en basit örneği “YÜKSEK TANSİYON”dur. Yüksek tansiyon, insan vücudundaki sürekli su kıtlığının bir sonucudur.* ***Ve eğer yüksek tansiyonu olan bu insanlar, bu kitabın önerdiği biçimde günde 2-3 litre su ve yaklaşık 2-5 gr. rafine edilmemiş kristal tuz alırlarsa, yüksek tansiyon en geç üç hafta içerisinde bir daha geriye dönüşü olmaksızın kaybolur gider (…) Bu kitap, geleneksel tıbbın sebebini bile bilemediği, çözüm ise olamadığı en ciddi sağlık sorunlarınıza en kolay, en doğal ve en akılcı çözümleri getirmektedir.****”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek bahsi geçen ürün ile ilgili 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 bahse konu ürün ile tedavi edilebileceği izleniminin oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı, bununla birlikte; söz konusu tanıtımlarda “Himalaya Tuzu” adı altında, 2007/53 tebliğ no’lu Türk Gıda Kodeksi Tuz Tebliğinde yer almayan tuz tanımlarının yapıldığı, bu sebeplerle bahsi geçen tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 inci maddesine,

- 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 6 ncı maddelerine,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı ve 40/1, 42/1, 42/2 maddelerine,

- 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, 13, 17 ve 21 inci maddelerine,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yücel AYDEMİR** 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.

**38)**

**Dosya No: 2014/1138**

**Şikayet Edilen: İntima Gıda Med. İth. ve İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.stopex.com.tr](http://www.stopex.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Stopex Kapsül”*** isimli gıda takviyesine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.stopex.](http://www.stopex.)com.tr adresli internet sitesinin 05.09.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Stopex Kapsül*** *– Stopex, premature-ejekülasyon (erken boşalma) ve ereksiyon problemi olan erkeklerde cinsel isteğin uyarılmasına ve seksüel kapasitenin artırılmasına yardımcı olur. Stopex, içeriğinde Passiflora incarnata, Gingko biloba, Panax ginseng, Tribulus terrestris, Saw palmetto gibi tamamen doğal bitkiler barındırır. Bu sayede hiçbir yan etkisi yoktur. Tedavi edici etkisi ile erken boşalma problemini ortadan kaldırmaya yardımcı olur. Bununla birlikte sağlıklı bir cinsel yaşam, mutlu bir birliktelik ve özgüven sağlar. Premature-ejekülasyon’a sebep olan psikolojik ya da biyolojik sorunlar, günümüzde çeşitli yöntemlerle tedavi edilebiliyor. Tedavi yöntemleri: Psikoterapi, Geciktirici spreyler, kremler ve Stopex…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.stopex.com.tr](http://www.stopex.com.tr) adresli internet sitesinin 05.09.2014 tarihli görünümünde **“Stopex Kapsül”** isimli gıda takviyesine 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 aldatıcı 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 24/3 maddesi;

**-** 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 **İntima Gıda Med. İth. ve İhr. 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.

**39)**

**Dosya No: 2014/1139**

**Şikayet Edilen: Mualla AKMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam** [www.muhtesemgece.com](http://www.muhtesemgece.com) adresli internet sitesinde ***“Stopex Kapsül”*** ve ***“Sesso Coffee”*** isimli gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.09.2013, 27.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.muhtesemgece.](http://www.muhtesemgece.)com adresli internet sitesinin 05.09.2014 ve 27.11.2014 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda; *“****Stopex Kapsül*** *– Erken boşalma, ereksiyon güçlüğü ve cinsel isteksizliğin önlenmesine ve performansın arttırılmasına yardımcı doğal bitkisel gıda takviyesidir…* ***Sesso Coffee*** *- Cinsel yaşamda performansınızın zirvesine çıkmak, partnerinizi fazlasıyla tatmin etmek ve bunları eskisi gibi zorlanmadan gerçekleştirmek istiyorsanız, bu site belki de şimdiye kadar ziyaret ettiğiniz en önemli, web sitesidir. Sesso'in etkisini beklentilerinizin çok üstünde olduğunu göreceğinizden eminiz. Memnun kalmadığınız takdirde ürün ücretini iade ediyoruz. Sesso, satışa sunulmadan önce tüm testlere tabi tutulmuş, tıp çevrelerince kabul görmüş ve Tarım Bakanlığınca onaylanmış bir üründür. Seçkin bilim adamları tarafından laboratuarlarda geliştirilen Sesso Adult Drink: Cinsel performans düşüklüğü, İktidarsızlık, Erken boşalma, Aşırı yorgunluk nedeniyle cinsel isteksizlik gibi karşılaşmak istemediğiniz sorunları ortadan kaldırmakta, Cinsel performansinizda en az 3 kat artış, Oldukça yoğun bir şekilde yaşanan güçlülük hissi, Cinsel arzunun artması, Cinsel birleşmede alınan hazzın artmasını sağlamakta, Sinir sistemini düzenleyici etkileriyle, cinsel yaşantınızı istediğiniz düzeye getirmektedir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.muhtesemgece.](http://www.muhtesemgece.)com adresli internet sitesinin 05.09.2014 ve 27.11.2014 tarihli görünümlerinde **“Stopex Kapsül”** ve **“Sesso Coffee”** isimli gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatComplexed Potassium 99mg Tabletsıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, söz konusu reklamların;

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı, “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 **Mualla AKMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2014/1324**

**Şikayet Edilen: Ekinoks Bitkisel Gıda Sağ. ve Koz. Ürün. Paz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.organikeczane.com](http://www.organikeczane.com) ve [www.organikz.com](http://www.organikz.com) adresli internet sitelerinde ***“EFA S-1200 Omega 3”*** ve ***“Celergen”*** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.organikeczane.](http://www.organikeczane.)com adresli internet sitesinin kapalı olduğu ve yine firmaya ait [www.organikz.com](http://www.organikz.com) adresli internet sitesine yönlendirme yaptığı görülmüş olup, [www.organikz.com](http://www.organikz.com) adresli internet sitesinin 20.12.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****EFA S-1200 Omega 3*** *- Omega-3 yağ asitleri vücut tarafından yapılamayan ve dışarıdan yiyeceklerle alınması gereken doymamış yağ asitleridir ve başlıca EPA ve DHA olarak ikiye ayrılmaktadır. Omega-3, vücuttaki doku hücrelerinin önemli yapı taşlarını oluşturmaktadır. Vücudun Omega-3 yağ asidine ihtiyacı daha anne karnında başlar, çocukluk, ergenlik, yetişkinlik ve yaşlılık boyunca bu ihtiyaç devam eder. Anne Bebek Sağlığında Omega-3; Omega-3 yağ asitleri, anne karnındaki bebeğin beyin, göz ve sinir sisteminin sağlıklı gelişimine yardımcı olur. Omega-3 yağ asitleri ayrıca çocuğun matematik zekasının geliştirilmesine, okuma, telaffuz ve yazma beceresini artırılmasına yardımcı olabilir. Annede doğum sonrası depresyon riskinin azaltılmasına yardımcı olabilir. Zihin Sağlığında Omega-3; Omega-3 yağ asidinin beyin ve sinir sisteminin sağlıklı şekilde çalışmasındaki etkileri yapılan pek çok araştırmada ortaya konmuştur. Omega-3 yağ asitlerinden biri olan DHA, depresyona karşı korunmada ve depresyon tedavisinde yardımcı olabilir. Alzheimer ve şizofreni gibi rahatsızlıkların gelişme riskinin azaltılmasına yardımcı olabilir. Dikkat bozukluklarının ve hırçın davranış durumlarının tedavisine destek olarak kullanılabilir. Göz Sağlığında Omega-3; Yüksek doz Omega-3 alımı gözde yaşa bağlı olarak gelişen sarı nokta hasarları riskinin azaltılmasına yardımcı olabilir. Omega-3 yağ asitleri, göz kuruluğunun azaltılmasına yardımcı olabilir. Kemik-Eklem Sağlığında Omega-3; Omega-3'ün (EPA ve DHA) kas-iskelet sistemi ve bağışıklık sistemi üzerinde faydalı etkileri bulunabilir. Omega-3, eklemlerde hassasiyeti, sabah sertliğini ve artrit oluşumunu azaltmaya yardımcı olabilir. Kalp-Damar Sağlığında Omega-3; Yapılan araştırmalarda, Omega-3 yağ asitlerinin dengeli alımının özellikle kalp ve damar sağlığı açısından yararlı olduğu vurgulanmaktadır…* ***Celergen –*** *Celergen, yıpranmayı ve hasarı önlemeyi…tamir etmeyi ve korumayI, yeniden yapılandırmayı ve rehabilite etmeyi ve bunları yaşınızdan bağımsız olarak gerçekleştirmeyi amaçlayan güçlü ve çok boyutlu bir Hücresel Detox sistemidir. Yeni Celergen ekstraksiyon teknolojisi yoluyla üretilen yumaşak jel şeklindeki Hücre Onarımını sunmaktadır. Deniz Ürünleri DNA Hücre Ekstreleri yüksek gençleştirici, canlandırıcı ve anti-oksidan özellikleriyle bilinir ve sınırsız enerji, artan canlılık ve yaştan bağımsız kalıcı güzellik kazanmaya yol açar. Celergen, klinik olarak kanıtlanmıştır ve Deniz DNA Hücre Ekstrelerinin temel unsurlarını etkili olarak kapsül haline getirmiştir. İsviçreli, Fransız ve Alman Ünlü Anti-Aging uzmanları, bilim adamları ve ilaç sektörü profesyonelleri tarafından araştırılıp geliştirilen Celergen yıpranmayı engellemeyi ve önlemeyi, tamir etmeyi ve korumayı, onararak yapılandırmayı ve rehabilite etmeyi ve bunları özellikle yaşınızdan bağımsız olarak gerçekleştirmeyi amaçlayan, güçlü ve çok boyutlu bir Hücre Onarım sistemidir. Celergen 'in Yararları; Obezlik, artrit, kronik yorgunluk, astım, dejeneratif beyin hastalığı, osteoporoz, cinsel disfonksiyon, iktidarsızlık ve diğer metabolik rahatsızlıklarla ilgili spesifik hücreleri uyarır. Dayanıklılık ve enerji düzeyinde artış, Cinsel dürtü ve gücü artırır, dayanıklılık ve canlılık katar. Cinsel tatmini artırır. Menopoz öncesi belirtileri azaltıp menopozu geciktirir. Dikkat ve düşünme yeteneğini geliştirir. Kan dolaşımını geliştirir. Bedenin bağışıklık sistemini ve savunma mekanizmasını yeniden canlandırır. Cildin parlaklığı ve ışıltısında gözle görülür artış sağlar. Cildin esnekliği, formu, yapısı ve genel görünümünde ciddi gelişmeler yapar. Cildin maksimum oranda onarımını ve nemlenmesini sağlar. Metabolik hızı artırır. Dünyadaki tek İsviçre Deniz Ürünleri Hücre Onarım Desteği. Celergen bir ilaç değil, ABD Gıda ve İlaç İdaresine tam uyumluluğu ile İsviçre Halk Sağlığı Federal Bürosu tarafından onaylanmış enterik kaplı bir gıda desteğidir. Celergen’in felsefesi, insan vücudundaki yıpranan hücreleri onarmayı, hücreleri temizlemeyi hedefleyen Hücre Onarımının dönüşümsel gücünü kapsül haline getirmektir. Böylece mevcut dokuların aktivitesi yeniden kazandırılır, yaşlı ve işlevsiz hücreler onarılır ve temizlenir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.organikz.com](http://www.organikz.com) adresli internet sitesinin 20.12.2014 tarihli görünümünde **“EFA S-1200 Omega 3”** ve **“Celergen”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatComplexed Potassium 99mg Tabletsıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, söz konusu reklamların;

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı, “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 **Ekinoks Bitkisel Gıda Sağ. ve Koz. Ürün. Paz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2014/1325**

**Şikayet Edilen: Selçuk YUVA – Aktif Sporcu Gıdaları ve Medikal**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.besinmarket.com.tr](http://www.besinmarket.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Olimp CLA L-Carnitine”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.besinmarket.com.tr](http://www.besinmarket.com.tr) adresli internet sitesinin 22.09.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“–* ***Olimp CLA L-Carnitine –*** *En etkili 3 madde olan CLA, L-Karnitin ve yeşil çayın birleştiği ürün ile yağ dokularının azaltılması desteklenir. Özenle seçilmiş içeriği sayesinde yağ yakımı aktive edilir ve bununla beraber vücut sıkılığının kaybolması engellenir. Birkaç haftalık kullanım sonucunda kilo kaybını, zayıfladıktan sonra eskiye tekrar hızlı dönüşün engellendiğini ve selülit bulgularının azaldığını görebilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.besinmarket.com.tr](http://www.besinmarket.com.tr) adresli internet sitesinin 22.09.2014 tarihli görünümünde **“Olimp CLA L-Carnitine”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda muhtelif sağlık beyanlarına yer verilerek gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden ve çeşitli sağlık problemlerine iyi gelen bir **“tıbbi ürün”** gibi tanıtıldığı, sadece anılan ürünün tüketilmesiyle metabolizma hızının artacağı, yağ birikiminin engelleneceği ve kiloların hızlı bir şekilde verilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; 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 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 **Selçuk YUVA – Aktif Sporcu Gıdaları ve Medikal** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2014/1333**

**Şikayet Edilen: Sere Gıda San. ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.olimp.com.tr](http://www.olimp.com.tr) adresli internet sitesinde ***“CLA L-Carnitine”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.olimp.com.tr](http://www.olimp.com.tr) adresli internet sitesinin 22.09.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“* *–* ***CLA L-Carnitine –*** *En etkili 3 madde olan CLA, L-Karnitin ve yeşil çayın birleştiği ürün ile yağ dokularının azaltılması desteklenir. Özenle seçilmiş içeriği sayesinde yağ yakımı aktive edilir ve bununla beraber vücut sıkılığının kaybolması engellenir. Birkaç haftalık kullanım sonucunda kilo kaybını, zayıfladıktan sonra eskiye tekrar hızlı dönüşün engellendiğini ve selülit bulgularının azaldığını görebilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.olimp.com.tr](http://www.olimp.com.tr) adresli internet sitesinin 22.09.2014 tarihli görünümünde **“CLA L-Carnitine”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda muhtelif sağlık beyanlarına yer verilerek gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden ve çeşitli sağlık problemlerine iyi gelen bir **“tıbbi ürün”** gibi tanıtıldığı, sadece anılan ürünün tüketilmesiyle metabolizma hızının artacağı, yağ birikiminin engelleneceği ve kiloların hızlı bir şekilde verilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; 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 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 **Sere Gıda San. ve Dış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2014/1338**

**Şikayet Edilen: Hünnap Doğal Ürünler – Abdullah SARI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Firmaya ait ürün broşürlerinde yer alan tanıtımlarda; *“****Hünnap Keçiboynuzu Özü*** *– Kalsiyum bakımından sütten 3 kat zengindir. Çocukların bedensel ve zihinsel gelişimini destekler. Kemir erimesi ve kansızlık tedavisine yardımcı olur. Astım, alerji ve bronşit tedavisine yardımcı olur. Gribe karşı vücut direncinin artmasına yardımcı olur. Akciğer ve karaciğerde biriken toksinlerin dışarı atılmasına yardımcı olur. Güçlü bir antioksidandır. Vücutta biriken radyasyonun dışarı atılmasına yardımcı olur. Bağışıklık sisteminin güçlenmesine, tansiyon problemi tedavisine yardımcı olur. Cinsel gücü ve sperm sayısını arttırdığı bilinmektedir. İshale karşı mükemmel bir takviyedir. Nefes darlığına karşı oldukça etkilidir. İnsanlığın korkulu rüyası akciğer kanserinin %90 oranında önleme gücüne sahiptir…”;* yine firmaya ait [www.hunnap.com.tr](http://www.hunnap.com.tr) adresli internet sitesinin 22.10.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise; *“****Hünnap Bitkisel Form Çay*** *- Özel bitki karışımı olan Hünnap Form Çayı, zinde ve formda kalmak için ideal bir seçeneğiniz olacak. İçeriği tamamen doğal bitkilerden oluşan Hünnap Form Çayı, özel formülü ile vücudunuzun form tutmasına yardımcı olabilir. Düzenli kullanıldığında vücut üzerindeki etkisi daha iyi sonuç verebilmektedir. Zinde ve formda kalmak için kullanabileceğiniz Hünnap Form Çayı, özel formülü ve doğal bitki karışımı ile kilo probleminde, bağırsak tembelliğinde, sindirim ve gaz şikayetlerinde iyi bir yardımcı olabilir…* ***Hünnap Çörekotu Yağı*** *- Soğuk press yöntemiyle elde edilen çörekotu yağı, bağışıklık sisteminin desteklenmesinde ve sağlımsız hücrelerin çoğalmasının önlenmesinde yardımcı olarak kullanılabilir. Vücudumuzun doğası gereği, doymamış yağ asitlerini üretemediğinden bu yağ asitlerini dışarıdan karşılamak zorunda kalmaktayız. Günlük düzenli kullanılan çörekotu yağı bu açıdan günlük ihtiyacımızı karşılamak için yeterli olmaktadır. Çörekotu yağı, protein, karbonhidratlar ve bitkisel yağlardan oluşmaktadır. İçeriğindeki aktif maddeler, nigellon, thymoquinon ve uçmayan yağlardır. Diğer maddeler ise, linoelik asit (Omega-6, Omega-3), oleic asit, palmitik asit, kalsiyum, sodium, potasyum, demir, çinko, bakır, magnezyum, selenium, fosfor, vitamin A, vitamin B, vitamin B2, niasin ve vitamin C dir. Özellikle "nigellon" ve "thymoquinon" etken maddeleri çörekotu'nun destekleyici özelliğini doğrudan etkilerler. Çörekotunun içeriğinde bulunan B1, B2 ve B6 vitaminleri, pek çok enzimin üretiminde önemli rol oynamaktadır. Çörekotu yağında kalp ve tansiyon problemlerinin oluşma riskini en aza indirgeyen vitaminler bulunmaktadır. Beta karotin, A, E ve C vitaminleri vücudun savunma sistemini destekler. Ayrıca içeriğinde bulunan selen maddesi zehirli maddelerin vücuttan atmasında destek olur. Çörekotunda bulunan nigellon ve alfa-pinen gibi eterli yağlar, solunum borusunun genişleyip krampların giderilmesinde etkili olabilmektedir…* ***Hünnap Krill Oil*** *- Krill yağı, balık yağına benzeyen Omega-3'ün bir biçimidir. Krill türlerinde doğal bir biçimde bulunan bir yağdır. Krill yağı, Omega-3'ün bir üst kaynağı olarak bilinir ve “astaxanti” olarak bilinen çok güçlü bir antioksidan içermektedir. Antioksidanlar, vücudumuzu serbest radikallerin hücrelere verdikleri zararlardan ve kronik hastalıklara neden olan maddelerden koruduğu için çok önemlidir. Astaxanthin'in anti-aging yaşlanma karşıtı etkileri olduğu da bilinmektedir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.hunnap.com.tr](http://www.hunnap.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün broşürlerinde muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı 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 **Hünnap Doğal Ürünler – Abdullah SARI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2014/1383**

**Şikayet Edilen: Cengiz EKEN – Limora Kozmetik ve Sağlık Ürünleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.limora.](http://www.limora.)com.tr adresli internet sitesinde ***“NBL Gynobiotic Prebiyotik Kapsül”****,* ***“Nature’s Bounty Biotin”*** ve ***“Nature’s Bounty Ekinezyalı C Vitamini”*** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.limora.com.tr**](http://www.limora.com.tr) **adresli internet sitesinin 03.11.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;** *“****NBL Gynobiotic Prebiyotik Kapsül*** *– 5 milyar aktif probiyotik ve prebiyotik içeriği ile vajinal enfeksiyon ve idrar yolu enfeksiyonlarında tedaviye yardımcı olur. Probiyotikler gibi vajinal flora dengesini kurmaya yardımcı ürünler kullanmak enfeksiyona yakalanmamak için koruyucudur. NBL Gynobiotic; probiyotik içeren diğer ürünlerden farklı olarak, IV.jenerasyon dual kaplama teknolojisi ile üretilir. Bu kaplama teknolojisinde 2 katman bulunur. Dış katman probiyotikleri yüksek sıcaklık, nem ve basınç gibi çevresel etmenlere karşı korurken, iç katman sindirim sırasında karşılaşılan tükürük, mide ve safra salgıları gibi asitli ortamlardan probiyotikleri korur. NBL Gynobiotic, mide asidinden etkilenmeden probiyotiklerin bağırsağa ulaşmasını ve yeterli derecede etki göstermesini sağlar. NBL Gynobiotic'te kullanılan dual kaplama teknolojisi, yüksek sayıda bakterinin, canlı ve iyi durumda bağırsağa ulaşarak çoğalmasını garanti eder. Probiyotiklerin Vajinal Flora ve Üriner Sitem Üzerindeki Etkisi: Vajina PH'ını düşürerek hastalık yapıcı bakterilerin yaşayamayacağı ortamlar yaratırlar. Hastalık yapan bakterilere karşı koruyucu görev alırlar Probiyotikler, genital bölgeye dost bakteri hareketini artırır, hastalık yapıcı bakteri hareketini azaltır, enfeksiyon tedavisinde kullanılan birçok antibiyotiğin etkisini kuvvetlendirirler. Probiyotikler, başlamış enfeksiyonun daha hızlı iyileşmesini sağlarlar…* ***Nature’s Bounty Biotin*** *- Biotin, suda çözünen bir B vitaminidir. Biotin, karbonhidrat, yağ ve protein parçalanmasında ve enerjinin kullanılmasında görev alır. Uzun süre antibiyotik kullanan kişilerde, alkol tüketen bireylerde biotin eksikliği sık görülür. Bu kişilerin yüksek dozlarda biotin takviyesine ihtiyaçları vardır. Zayıf saç ve tırnaklarda biotin önerilir. Yüksek doz biotin aynı zamanda, kan yağları ve kan şekeri kontrolünde, diyabetik nöropatide yardımcı olarak kullanılabilmektedir. Tırnak problemlerinin (katmanlara ayrılma, çabuk kırılma) ve kafa derisi problemlerinin giderilmesinde yardımcı olarak önerilebilir…* ***Nature’s Bounty Ekinezyalı C Vitamini*** *- Bağışıklık sistemini destekleyici ve güçlü antioksidan özellikleri olan C vitamini, enfeksiyonlara yakalanma sıklığını ve enfeksiyon süresini azaltmaya yardımcı olurken antioksidan özelliğiyle vücut dokularının serbest radikal hasarına karşı korunmasını destekler. Ekinezya, soğuk algınlığı, enfeksiyon, zayıf bağışıklık sistemi gibi durumlarda kullanılabilecek önemli bitkilerden biridir. Ekinezya, en yaygın iki viral hastalığın, soğuk algınlığı ve gribin önlenmesinde etki gösterebilir. Bir enfeksiyon durumunda, akyuvarların bölgeye hareketini hızlandırabilir. Böylelikle bakteri, virüs ve diğer mikroorganizmaların yok edilmesine yardımcı olur. Güçlü bağışıklık destekleyici iki maddenin aynı formülde bulunması enfeksiyonlara karşı avantajdır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.limora.com.tr](http://www.limora.com.tr) adresli internet sitesinin 03.11.2014 tarihli görünümünde **“NBL Gynobiotic Prebiyotik Kapsül”**, **“Nature’s Bounty Biotin”** ve **“Nature’s Bounty Ekinezyalı C Vitamini”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı 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 **Cengiz EKEN – Limora Kozmetik ve Sağlık Ürünleri** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2014/1699**

**Şikayet Edilen: Reçete İnternet Mağazacılık Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.saglikdeposu.net](http://www.saglikdeposu.net) adresli internet sitesinde ***“Life Time Alpha Lipoic Acid Kapsül”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.saglikdeposu.net](http://www.saglikdeposu.net) adresli internet sitesinin 20.12.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“* *–* ***Life Time Alpha Lipoic Acid Kapsül –*** *Yaşlanma etkilerini geciktirici antioksidan, beyin ve sinir hücrelerini koruyucu. Alpha lipoic acid enerji üretiminde er alan önemli bir co-enzimdir. Suda ve yağda erir. Vejetaryen beslenmede önemli bir destektir. Kas hücrelerine glikoz girişini arttırarak ve yağ hücrelerine glikoz girişini azaltarak vücuda daha az yağ depolanmasını sağlamaya yardımcıdır. Beyin ve ksa hücrelerinde enerji düzeyini arttırarak eksersiz toleransını ve fiziksel gücü arttırmaya kuvvetli antioksidan bir madde olarak karaciğeri toksinlerden korumaya, kalp hastalıklarında ve kanserde vücutta ağır metal birikimlerinin önlenmesinde yardımcıdır…”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.saglikdeposu.net](http://www.saglikdeposu.net) adresli internet sitesinin 20.12.2014 tarihli görünümünde **“Life Time Alpha Lipoic Acid Kapsül”** 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 aldatıcı 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 24/3 maddesi;

**-** 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 **Reçete İnternet Mağazacılık 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: 2014/1700**

**Şikayet Edilen: As Farma Kozmetik Tıbbi Ürün. Gıda ve İht. Mad. Tic. Taah. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.farmasanal.com](http://www.farmasanal.com) adresli internet sitesinde ***“Pharmaton 30 Kapsül”*** ve ***“Atrilisse Tablet”*** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.farmasanal.com](http://www.farmasanal.com) adresli internet sitesinin 20.12.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Pharmaton 30 Kapsül –*** *Pharmaton 30 kapsül, yorgunluk ve halsizliğe son. Fiziksel ve zihinsel performans arttırıcı vitamin ve mineral takviyesi…* ***Atrilisse Tablet*** *- Atrilisse Tablet, Glukozamin & Chondroitin Sülfat ile Magnezyum, MSM, Sodyum Hyaluranik asit ve Boswella serreta içeren kas ağrılarında, kemik ve eklem hasarlarında, Osteoartrit ve romatoid artrit tedavisinde kullanılan doğal bir üründür. Atrilisse Tablet içeriğindeki Glukozamin sülfat, kıkırdağın hem oluşumunda, hem de beslenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Eklem kıkırdağının yapımını artırır ve eklem bozulmasına bağlı ağrıyı azaltırken, kıkırdağın yıkımına neden olan enzimleri inhibe ederek, kıkırdağın yıkımını durdurur.Bu iki kıkırdak koruyucu ajan (etkili madde), farklı etki mekanizmaları olduğu için birbirlerini tamamlamaktadırlar. Atrilisse Tablet içeriğindeki MSM (Mehl sül fonil metan), antioksidan ve antienflamatuvar etkisi olduğu gibi enflamasyonu azaltmaya yardımcı olmaktadır. Ayrıca eklem kıkırdağını, eklem bağlarını ve eklem sıvısını da korumaktadır. Atrilisse Tablet içeriğindeki Sodyum Hyoluronat, Sinoviyal sıvı tamamlayıcısı olarak eklem kayganlığının sağlanmasında önemli bir rol oynayan stabilizatör etkinliği bulunmaktadır. Atrilisse Tablet içeriğindeki Boswellia Serrata, analjezik aktiviteye sahiptir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.farmasanal.com](http://www.farmasanal.com) adresli internet sitesinin 20.12.2014 tarihli görünümünde **“Pharmaton 30 Kapsül”** ve **“Atrilisse Tablet”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı 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 24/3 maddesi;

**-** 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 **As Farma Kozmetik Tıbbi Ürün. Gıda ve İht. Mad. Tic. Taah. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2014/1322**

**Şikayet Edilen: Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Bu paketlerde muhteşem hediyeler seni bekliyor!”*** başlığı altında düzenlenen ***“Hediye ürün çekilişi”*** içerikli kampanyaya yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2014 – 04.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon,İnternet

**Tespitler**: Firma tarafından 01.04.2014 – 30.06.2014 tarihleri arasında **“Bu paketlerde muhteşem hediyeler seni bekliyor!”** başlığı altında **“Hediye ürün çekilişi”** içerikli bir kampanya düzenlendiği, kampanyaya ilişkin reklamların 08.05.2014 – 04.06.2014 tarihleri arasında [www.tytz.com](http://www.tytz.com) adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında yayınlandığı, kampanya reklamlarında ana vaat olarak cips paketlerinde bulunan şifreli kartlar üzerinde yer alan şifrenin [www.tytz.com](http://www.tytz.com) adresli internet sitesindeki kampanya sayfasına girilmesiyle bir adet çekiliş hakkı kazanılacağı ve yapılacak çekiliş sonucunda kazanan tüketicilere muhtelif hediyeler verileceğinin vaad edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş. tarafından 01.04.2014 – 30.06.2014 tarihleri arasında **“Bu paketlerde muhteşem hediyeler seni bekliyor!”** başlığı altında düzenlenen **“Hediye ürün çekilişi”** içerikli kampanyaya ait reklam ve tanıtımlarda, 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.

**48)**

**Dosya No: 2014/1317**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.balderesigroup.com](http://www.balderesigroup.com) adresli internet sitesinde ***“Polen”****,* ***“Arısütü”***ve***“Propolis”*** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.balderesigroup.com](http://www.balderesigroup.com) adresli internet sitesinin 23.09.2014 tarihli görüntüsünde yer alan ***“Polen”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Polenin faydaları ise saymakla bitiremeyeceğimiz kadar çoktur iştah açıcı özelliği sayesinde çocuklarımızın gelişimi için tükettirmemiz gereken en önemli besin kaynakları arasında yer almaktadır. Polenin sadece iştah açıcı özelliği yoktur bir çok özelliği içerisinde barındıran arı poleni bağışıklık sisteminin güçlenmesinde, alerjik hastalıklarda(Saman nezlesi (alerjik rinit), alerjik astım, atopik dermatit, ürtiker ve anjioödem, bitki alerjileri (zehirli bitkiler), arı alerjisi, evcil hayvan alerjisi, lateks alerjisi, kalıp alerji, kozmetik alerjileri, ilaç alerjiler, göz alerjileri (alerjik konjonktivit), gıda alerjileri, güneş alerjisi) gibi alerjilerde direnç sağlamaktadır.”,* ***“Arı Sütü”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Arı sütü, özellikle sinir sistemi hastalıklarında, yorgunluk sorunlarında, kısırlık ve damar sertliği tedavilerinde, insana güç ve zindelik kazandırmada kullanılan, doğrudan doğadan gelen önemli bir tabii gıdadır.”,* ***“Propolis”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda ise; “*Çeşitli hastalıklarda değişik şekillerde tüketilebilir örneğin; bir yara tedavisi için haricen uygulanabilindiği gibi, bir başka rahatsızlık için çiğnenebilir veya yenilebilir de.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.balderesigroup.com](http://www.balderesigroup.com) adresli internet sitesinin 23.09.2014 tarihli görünümünde **“Polen”**, **“Arısütü”** ve **“Propolis”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tanıtımı yapılan ürünlerin doktor gözetiminde tedavi edilmesi gereken sinir sistemi hastalıkları ile alerjik astım ve damar sertliği gibi rahatsızlıkların tedavisinde etkin rol oynadığı izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet bu ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “gıda” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan gereken 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 **Balderesi Gıda Paz. ve İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2014/1746**

**Şikayet Edilen: Actavis İlaçları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.actavis.com.tr](http://www.actavis.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“UC-FLX”***adlı gıda takviyesi ile muhtelif reçeteli ilaçlara ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2014, 23.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.actavis.com.tr](http://www.actavis.com.tr) adresli internet sitesinin 11.11.2014 tarihli görünümünde; ***“OTC-reçetesiz ürünler”*** başlığı altında ***“UC-FLX Denatüre Edilmemiş Tip II Kollajen İçeren Takviye Edici Gıda… Endikasyon: Kıkırdak dokusunun yenilenmesini destekleyici gıda takviyesi”*** şeklinde ifadelere yer verilirken,

Anılan internet sitesinin 23.12.2014 tarihli görünümünde ise***“Sindirim Sistemi ve metabolizma”, “Kan ve kan yapan organlar”, “Kardiyovasküler sistem”, “Dermatolojik ilaçlar”, “Genito üriner sistem ve seks hormonları”, “Sistemik kullanılan antienfektifler”, “Antineoplastikler ve immünomodülatör ajanlar”, “Kas-iskelet sistemi”*** ve ***“Sinir sistemi”*** başlıkları altında muhtelif tıbbi müstahzarların görüntü ve endikasyon bilgilerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde, *“UC-FLX”* adlıgıda takviyesi niteliğindeki ürüne ilişkin endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde muhtelif tıbbi müstahzarların görüntü ve endikasyon bilgilerine yer verildiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu reklâm ve 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,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 ncü maddesi,

- Beşeri Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğinin 5/3 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 **Actavis İlaçları 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.

**50)**

**Dosya No: 2014/1594**

**Şikayet Edilen: İhealth Sağlık Ürünleri Ve İlaç Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/activestix](http://www.facebook.com/activestix) adresli internet sayfasında yer alan ***“Active Stix”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.facebook.com/activestix](http://www.facebook.com/activestix) adresli internet sayfasının 22.09.2014 tarihli görünümünde; ***“Active Stix ile hayata active destek!... Daha sağlıklı ve keyifli bir yaşam için Activestix stress ile stressiz bir yaşam sürün… Sonbahar geldi; depresyona girmek yerine, sonbaharın tadını çıkartın.”***  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 ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1 ve 42/2 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 **İhealth Sağlık Ürünleri Ve İlaç Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2014/1747**

**Şikayet Edilen: Herbalife International Ürünleri Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.herbalife.com.tr](http://www.herbalife.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Xtra Cal”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.herbalife.com.tr](http://www.herbalife.com.tr) adresli internet sitesinin 23.12.2014 tarihli görünümünde; ***“Xtra-Cal… Yüksek miktarda kalsiyum ve D vitamini içerir. Kalsiyum, kemik ve dişlerin gelişmesine ve kemik sağlığının korunmasına yardımcı olur.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın onayıyla halihazırda ürün etiketinde yer alan şikayet konusu sağlık beyanlarının kullanılmasına Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği (Ek-15) kapsamında izin verildiği, dolayısıyla Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura bulunmadığı anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2014/1508**

**Şikayet Edilen: Gürcan AKSU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkadayz.com](http://www.alkadayz.com) adresli internet sitesinin 28.11.2014 tarihli görünümünde; ***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. Alkadays damlanın taşınabilir olması, vücudunuzun ihtiyacı olan yüksek pH'lı alkali suyu istediğiniz zaman, istediğiniz yerde zahmetsizce içebilmenize olanak sağlar.”*** 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 ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

**53)**

**Dosya No: 2014/1516**

**Şikayet Edilen: Ömer KILIÇ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkalizayiflamadiyeti.net](http://www.alkalizayiflamadiyeti.net) adresli internet sitesinin 15.10.2014 tarihli görünümünde; ***“Mucize alkali diyetiyle kilo verdim.- İkbal Gürpınar. Prof. Dr. Ahmet Maranki öneriyor. Deniz Seki 2 ayda istediği kiloyu verdi... 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… Alkali beslenmek hiç bu kadar kolay ve lezzetli olmadı. Bilimsel olarak kanıtlanmış uzmanlar tarafından tavsiye edilen tek formül… Gözaltı morluklarının ve selülitin giderilmesine yardımcıdır… Ev hayvanlarının dahi alkali su içmesi daha sağlıklıdır… Alkali değeri artan kanla dokulara daha çok oksijen taşınır. Dokularda oksijenin artması, bakteri ve mantar enfeksiyonlarını önler… Oksitlenme artışı dokuda kanser oluşumunu da azaltır. Kanser hücreleri de oksijensiz ortamı severler. Oksijen artışı enerjiyi artırır. Kilo kaybetmek için yağ yakabilmek ancak oksijen mevcudiyetinde mümkündür… 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.”*** 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 ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesi;

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

**54)**

**Dosya No: 2014/1520**

**Şikayet Edilen: Dora Gold Bitkisel ve Kozmetik Ürünler Ayşegül YALÇIN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkalisuorjinal.com](http://www.alkalisuorjinal.com) adresli internet sitesinin 17.11.2014 tarihli görünümünde;

***“Mucize alkali diyeti ile kilo vermemde yardımcı oldu.-İkbal Gürpınar. Formumu alkali diyete borçluyum.- Ebru Şallı… Alkadays damla, suyun içerisindeki PH değerini yükselterek, istenmeyen fazla kilo ve yağları yakmanıza yardımcı olur. Hareketsiz yaşam süren kişilerin birçoğunun tercihi Alkadays Damla’dır. İçeceğin içerisine atılan damla sayesinde PH değeri yükseltilir ve formunuzu korumaya yardımcı olur. Alkadays damla ile ilgili merak ettiğiniz tüm bilgiyi müşteri temsilcilerimizi arayarak çekinmeden sorabilirsiniz. Alkali su diyeti uygulanması oldukça kolaydır. Sadece içeceğin içine damlatarak kullandığınız için alkadays diyeti yaptığınızın kimse farkında bile olmaz… Gün boyu aldığımız besinlerle oluşan asidik ortamı (bu asidik ortam hem sağlığımız açısından olumsuz etkisi vardır hem de vücudumuzun atamadığı toksinleri biriktirerek yağlanmaya ve kilo almamıza sebep olur) azaltmaya yardımcı olacaktır. İşte bu nokta da AlkaDays damla (Alkali Su) ile kilo verme ve zayıflama konusunda vücuda yardımcı olan bir üründür… Alkali su aşağıdaki durumlarda yardımcıdır: \* Zayıflama ve Kilo Verme \* Yüksek Kan basıncı \* Ülser \* Bağırsak Düzensizlikleri ve Hastalıkları \* Egzama \* Pre-Eklampik Toksima \* Kalp Hastalıkları \* Sindirim Problemleri \* Alerji \* Diyabetikler \* Yüksek Tansiyon \* Obezite \* Noralji \* Diz Kireçlenmesi \* Alzhemier \* Astım \* Hemoroid \* Kronik Yorgunluk ve Gastrit vb. durumlarda alkadays yardımcıdır… Alkali beslenmek hiç bu kadar lezzetli olmadı. Bağışıklık sisteminizi güçlendirmenin yolunu keşfedin… Kullanıcı yorumları: 3 haftadır kullanıyorum, herhangi bir spor ve diyet yapmadım ve 4-5 kilo verdim… Hamilelikte aldığım kilolardan kurtuldum. Çok teşekkür ediyorum size…”***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 ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 5/e 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 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 **Dora Gold Bitkisel ve Kozmetik Ürünler Ayşegül YALÇIN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2014/847**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Akos Bilişim Sağlık Ürünl. Paz. Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.eliteczane.com](http://www.eliteczane.com) adresli internet sitesinin 14.07.2014 tarihli görünümünde; ***“Red Pepper Zayıflama Hapı: Termojenik yağ yakıcı özelliği bulunan Red Pepper oturduğunuz yerden kilo vermeniz için tasarlanmış, bitkisel yağ yakıcı, metabolizma düzenleyici ve sindirim sistemi sorunları için en iyi bitkiler ile kilo vermenize yardımcı  bir üründür… İştahınızı bastırır. Aldığınız kalori miktarını önemli ölçüde azaltır. Her gün gözle görülür kilo kaybı sağlar. Vücut yağlarını yakarken, su kaybına neden olmaz. Basen ve göbek yağlarınızı eriterek şekle sokar. Metabolizmayı düzenler ve sindirimi kolaylaştırır. Kanser önleyici etkisi vardır. Kabızlığı önler. Mide asidini düzenleyici ve mikrop öldürücü etkisi vardır. Zinde ve formda kalmanızı sağlar. Düzenli besleme alışkanlığı kazanmanızı sağlar. Kolesterolü düşürür. Vücuttaki birikintilerin atılmasına yardımcı olur. İç iltihap ve selüliti yok etmeye yardımcı olur… Maurers Bitkisel Zayıflama: İştahınızı keser ve metabolizmayı hızlandırır. Yağlarınızı hızla yakarak göbek basen ve hareketsiz bölgelerden çok kolay kilo vermenizi sağlar. Oturduğunuz yerde terleten, spor yapar gibi kalori yakmanızı sağlayan termojenik etki sağlar. Karbonhidratları bloke eder: Kalorileri ciddi oranda absorbe ederek kiloya dönüşmesini engeller… Çin Topu 8'li Bitkisel Afrodizyak: … İktidarsızlığı Giderir. Cinsel Birleşme Sayısını Arttırır. Doğurganlık Etkisi Sağlar. Sperma Sayısını Yükseltir. Spermanın Kalitesini Yükseltir… Star Bust Göğüs Bakı Kremi: Doğum sonrası göğüs sarkmalarını toparlar ve önler. Menopoz dönemindeki sarkmaları toparlar. Memelerde kan dolaşımını düzenler… Erken yaşlarda oluşabilecek sarkmalara önlem olarak kullanılabilir. Hamilelik sonrası oluşabilecek deformasyonları önler… Drula Leke ve Çil Kremi: Drula Krem, leke ve çilleri, sorunun kaynağı olan cilt hücreleri epidermis tabakasını ve cilde renk veren pigment maddesini düzenleyerek yok eder… Drula ise, leke ve çilleri sorunun kaynağı olan cilt hücreleri-epidermis tabakaya nüfuz ederek ve renk maddesi-pigmentleri düzenleyerek cilde kendi doğal rengini verir. Bu işlem sorasında cildi soymaz, aksine nemlendirir ve kalıcı bir yöntemdir.”***şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin 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, anılan internet sitesinde yer alan ve Kozmetik Mevzuatına tabi olan kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olmasından ötürü, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin 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 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 **Tasfiye Halinde Akos Bilişim Sağlık Ürünl. Paz. Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2014/859**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Akos Bilişim Sağlık Ürünl. Paz. Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kendinebak.com](http://www.kendinebak.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Healthy America B-Complex PlusVitamin C”, “Healthy America Calsium 600 Plus Vitamin D”***ve ***“Healthy America Calsium Magnesium Plus Zinc”*** adlı ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.kendinebak.com](http://www.kendinebak.com) adresli internet sitesinin 17.02.2014 tarihli görünümünde; *“Healthy America B-Complex PlusVitamin C: Manifest veya latent B grubu vitaminleri ve C vitamini yetmezliklerinde, Stomatit (ağız içi iltihabı), kolit, spru (bağırsaklarda emilim bozukluğuyla orataya çıkan bazı sendromlar) ve çeşitli gastroenterit (ishalle seyreden mide barsak iltihabı), karaciğer yetmezliklerinde, stres reaksiyonu görülenlerde, diyabette, beriberi(beriberi yeteri kadar B vitamini alamayanlarda görülen ölümcül bir hastalıktır.)…Pellegra(B3 vitamini eksikliğinde ortaya çıkan tehlikeli hastalıklardan biridir. Derinin açık bölümlerinde kızıl lekeler belirir. İshal gibi sindirim problemleri ve unutkanlık-bunama gibi sinir sistemi belirtileriyle seyreder ve ölümle sonuçlanır.), egzama ve çeşitli dermatozlarda, konjonktivit (göz iltihabı), iritis (iris iltihabı) ve keratit (kornea enfeksiyonları9 ek vitamin desteğidir… “Healthy America B-Complex PlusVitamin C: … Kalsiyumun kanda azalması halinde kalp kası da gereken şiddette kasılamayacaktır. Kalsiyum yaşamsal bir elementtir. Bu önemli etkisi özellikle doku oluşumu, organizmanın savunması ve psikofizik kapasiteyi sağlayan proseslerde belirgindir. Kalsiyumun en yaşamsal görevlerinden biri de kanın pıhtılaşmasında oynadığı kilit roldür. Vücut bağışıklık sisteminde kalsiyumun rolü büyüktür… “Healthy America Calsium Magnesium Plus Zinc:… Araştırmacılar kalp krizi kurbanlarının genellikle kanında ve kalp kaslarında magnezyum azlığını tespit etmişlerdir. Migrene karşı özellikle magnezyum mineral takviyesi yapılmaktadır… Çinko azlığı, sperm sayısı azlığı ve testosteron azlığına sebep olmaktadır.”*şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki 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 ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, 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 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,

- 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 **Tasfiye Halinde Akos Bilişim Sağlık Ürünl. Paz. Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2013/1576**

**Şikayet Edilen:** **Çaykur-Çay İşletmeler Genel Müdürlüğü**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Didi Soğuk Çay”*** isimli ürünlerin tanıtımına yönelik olarak ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013-2014

**Yayınlandığı Mecra**: Ürün ambalajı

**Tespitler: “Didi Soğuk Çay”** isimli ürün etiketlerinde; *“Soğuk Çay Şeftalili, Soğuk Çay Limonlu, Soğuk Çay Çilekli”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Çaykur-Çay İşletmeler Genel Müdürlüğüne ait **“Didi Soğuk Çay”** isimli ürünlerin ambalajlarda yer alan *“Soğuk Çay Şeftalili, Soğuk Çay Limonlu, Soğuk Çay Çilekli”* şeklinde tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 63 üncü maddesi ile mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2014/197**

**Şikayet Edilen: ADS İlaç Kozmetik Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hepgenckal.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hepgenckal.com](http://www.hepgenckal.com) adresli internet sitesinin 27.05.2014 tarihli görünümünde” **“İmmuzinc Vitamin ve Mineral Takviyesi”** isimli ürüne yönelik; “*İmmuzinc Vitamin ve Mineral Takviyesi, vücudun hatalıklara karşı dirençli olması için doğumdan itibaren gelişmeye başlayan bağışıklık sistemi, tüm hayat boyunca sağlıklı bir yaşamın devamı için önemle korunmalıdır. Bağışıklık sistemi zayıflarsa birçok hastalığa yakalanma riski yüksek oranda artar. Bu sebeple özellikle hava değişimlerinde, okul çağındaki çocuklarda ve sık hastalanan çocuklarda bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi daha fazla önemlidir. İçeriğindeki vitamin ve mineraller sayesinde bağışıklık sitemini güçlenmesine yardımcı olmaktadır.”* **“Carlson Fish Oil Liquid- Lemon”** isimli ürüne yönelik;“*EPA ve DHA kalp ve damar sağlığının korunmasına yardımcı olur. DHA beyin gelişimi ile göz ve sinir sistemi gelişimine yardımcı olur. A ve D vitaminlerini doğasında bulundurmaz.”* **, “Arkopharma****Passiflora”** isimli ürüne yönelik; *“Passiflora, stres, sıkıntı, sabahları erken uyanma problemleri, içeriğindeki bileşenlerin sinerjik etkisi sayesinde merkezi sinir sistemi üzerinde sakinleştirici, sıkıntıyı giderici ve kas gevşetici etki sağlamaya yardımcıdır. Maltol bileşikleri, devinimi azaltır, uyku süresini ve kalitesini arttırmaya destek olur. Böylece erken saatte uyanma ve uykuya dalamama sorunlarını gidermeye destek olur.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu,tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken 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 24/3 maddesi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/2, 6/3, 6/4, 7/1, 42/1, 42/2, 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 17 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **ADS İlaç Kozmetik 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.

**59)**

**Dosya No: 2014/1352**

**Şikayet Edilen: Şerifoğlu Grup Kozmetik Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.royalhoneysatis.com](http://www.royalhoneysatis.com) adresli internet sitesinde **“Royal Honey”** isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: **“Royal Honey”** isimli ürüne yönelik olarak [www.royalhoneysatis.com](http://www.royalhoneysatis.com) adresli internet sitesinin 02.10.2014 tarihli görünümünde **“Royal Honey”** isimli ürüne yönelik olarak “*Daha uzun boyut, daha uzun geceler, Tüm toplumlarda erkeklerin en büyük probleminin penis boyu ve ereksiyon süresi olduğu* *gerçeğini göz önüne aldığımızda, bir şeyler yapmamız gerektiğini düşündük ve bu yolda yaklaşık 6 yılımızı Royal Honey mucizesini geliştirmek için harcadık. 6 yılın sonunda ortaya çıkarttığımız bu muhteşem ürünün işe yarıyor olması ve yaklaşık 5,000,000 kişi tarafından kullanılan (son uluslararası satış istatistikleri) erkek tarafından %92 olumlu geri bildirim alınmış olması tarif edilebilir bir duygu değil .Uzak doğuda yüzyıllarca kullanılan Royal Honey in aktif maddesi olan ( keşiş külahı) cinsel gücünü ve dayanıklılığını doğal yöntemlerle serbest bırakarak işlev göstermektedir****.*** *Afrodizyak niteliğinde ıcariin adlı aktif madde içerir icariin tıpkı Viagra' nın yaptığı gibi pde-5' in vücutta kalmasına yardımcı olur.Aynı zamanda keşişkülahı penis içerisindeki damar dokularının (corpora cavernova) çoğalmasını ve bu sayede büyümesini sağlar. Biz ise keşişkülahı'nın bu özelliğinden yola çıkarak yarattığımız formül sayesinde Royal Honey'de penis büyümesini tam 4 katına çıkarmakla birlikte ereksiyon süresini 45 dk daha uzun sürmesini sağladık! Piyasada satılan penis büyütücüler ve ereksiyon geciktiriciler arasında en etkilisi tartışmasız Royal Honey'dir. Orgazm süreni ve hazzını arttırmaya yardımcı olur. Boy ve enine genişlemeye yardımcı olur.”* 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, endikasyon belirten ifadeler kullanılarak gıda takviyesi niteliğindeki ürünün tedavi edici, tedaviye yardımcı olucu ve ya ilaç yerine kullanılabileceği ifade edilerektıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”**kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı diğer taraftan Türk GıdaKodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 42/5/c maddesine göre; **doktorların veya sağlıkla ilgili meslekmensuplarının tavsiyelerine atıfta bulunan beyanlar** yasaklanmış olmasına karşın söz konusureklamlarda **Shingaten Felsten Laboratuarları Baş Profesörü Dr. Jhonson Ningteen**’in ürünle ilgiligörüşlerine yer verildiği, ayrıca şikayete konu reklamlarda **Alman Ekonomi ve TeknolojiBakanlığı**’nın amblemine yer verildiği, böylelikle satışı gerçekleştirilen ürünün Alman Ekonomi veTeknoloji Bakanlığı tarafından tavsiye edilen ya da onaylanmış bir ürün olduğu izlenimi yaratıldığı,ancak böylesine bir onay ya da tavsiyenin bulunmadığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- 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 24/3 maddesi;

 - Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/2, 6/3, 6/4, 7/1, 42/1, 42/2 ve 42/5 maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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 ve 17 nci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Şerifoğlu Grup Kozmetik Tekstil San. ve 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.

**60)**

**Dosya No: 2014/219**

**Şikayet Edilen: Özelcan Anadolu Kuaför Malzemeleri Mobilya Dekorasyon Taahhüt Ticaret Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ozelcan.com.tr](http://www.ozelcan.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Hipp 1 Organik Bebek Maması ”, “Hipp Biberon Maması”*** ve ***“Hipp Organik Combiatic Bebek Sütü”*** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.ozelcan.comadresli internet sitesinin 21.05.2014 tarihli görünümündeyer alan *Hipp 1 Organik Bebek Maması ”, “Hipp Biberon Maması”*ve*“Hipp Organik Combiatic Bebek Sütü”*isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Türkiye’deki tek organik bebek formülüdür. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir. Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ozelcan.com.tradresli internet sitesinde 21.05.2014 tarihli ve 05.06.2013 görünümlerinde yer alan*, “Hipp 1 Organik Bebek Maması ”, “Hipp Biberon Maması”*ve*“Hipp Organik Combiatic Bebek Sütü”*isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda;*“Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir.”* şeklinde ifadelere yer verilerek tüm benzer devam formülleri aynı niteliklere sahip olduğu halde, tanıtımı yapılan devam formüllerinin özel niteliklere sahip olduğu izlenimi yaratıldığı***,*** ancak söz konusu iddiaların ispatlanamadığı ve herhangi bir tüketici tercih anketi veya pazar çalışmasına dayandırılmadığı, *“anne sütünde olduğu gibi”* ifadesine yer verildiği, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, ayrıca *“…Bebekler bu dönemde yeterli LCP üretemezler bu yüzden dışarıdan alınması gerekmektedir.”* şeklindeki ifadeyle, tanıtımı yapılan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilen söz konusu tanıtımların bu hali ile;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesi;

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

-Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliğinin 12/g, 12/ğ, 12/h-1, 12/h-2 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 Kanunun 16 ncı maddesi;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Özelcan Anadolu Kuaför Malzemeleri Mobilya Dekorasyon Taahhüt Ticaret Sanayi Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2014/216**

**Şikayet Edilen: ATM Dış Ticaret Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.joker.com.tr](http://www.joker.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “***Hipp3 Kombiyotik Devam Sütü”*** ve ***“Hipp2 Kombiyotik Devam Sütü”*** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.02.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.joker.com.tr adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görünümünde yer alan *“Hipp3 Kombiyotik Devam Sütü”*ve *“Hipp2 Kombiyotik Devam Sütü”* isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda*;“ Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.joker.com.tr adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görünümünde yer alan *“Hipp3 Kombiyotik Devam Sütü”*ve *“Hipp2 Kombiyotik Devam Sütü”* isimli ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda;*“Anne sütünde olduğu gibi uzun ömürlü doymamış omega 3 ve 6 yağ asitleri içerir. Organik süt içeriği sayesinde diğer mamalara göre daha iyidir.”* şeklinde ifadelere yer verilerek tüm benzer devam formülleri aynı niteliklere sahip olduğu halde, tanıtımı yapılan devam formüllerinin özel niteliklere sahip olduğu izlenimi yaratıldığı***,*** ancak söz konusu iddiaların ispatlanamadığı ve herhangi bir tüketici tercih anketi veya pazar çalışmasına dayandırılmadığı, *“anne sütünde olduğu gibi”* ifadesine yer verildiği, dolayısıyla tanıtımı yapılan ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı, ayrıca *“…Bebekler bu dönemde yeterli LCP üretemezler bu yüzden dışarıdan alınması gerekmektedir.”* şeklindeki ifadeyle, tanıtımı yapılan ürünün kullanılmaması durumunda bebek sağlığı açısından zararlı durumların ortaya çıkabileceği algısı oluşturulduğu dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilen söz konusu tanıtımların bu hali ile;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesi;

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

-Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliğinin 12/g, 12/ğ, 12/h-1, 12/h-2 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 Kanunun 16 ncı maddesi;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **ATM Dış Ticaret Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ve mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2014/208**

**Şikayet Edilen: Vimjo Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vimjo.com](http://www.vimjo.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Hipp Biberon Mamaları 1 Organik Bebek Maması”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vimjo.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Hipp Biberon Mamaları 1 Organik Bebek Maması”* isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Tüm önemli besin öğeleri anne sütüne adapte edilmiştir. Bebeğin dönemsel ihtiyaçları da göz önüne alınarak enerji, protein, karbonhidrat ve yağ dengesi ile vitamin, mineral içeriği anne sütüne en benzer şekilde adapte edilmiştir HiPP Organik biberon mamalarının yağ patenti, kolayca sindirilebilen ve emilebilen bitkisel yağ karışımı ile anne sütünde olduğu gibi formüle edilmiştir. Dengeli yağ asidi karışımı sayesinde bebek için yeterli miktarda omega 3 ve omega 6 yani LC-PUFA sağlamaktadır. Bu sayede bebeğinizin zihinsel ve sinirsel gelişimini destekler, Enerji değeri anne sütününki ile kıyaslanabilir, Yüksek biyolojik değerli protein içeriği ve anne sütüne birebir adapte edilmiş whey:kazein oranı (60:40) ile anne sütüne çok yakın formüle edilmiştir..”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.vimjo.com adresli internet sitesinin 22.05.2014 tarihli görüntüsünde yer alan *“Hipp Biberon Mamaları 1 Organik Bebek Maması”* isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Tüm önemli besin öğeleri anne sütüne adapte edilmiştir. Bebeğin dönemsel ihtiyaçları da göz önüne alınarak enerji, protein, karbonhidrat ve yağ dengesi ile vitamin, mineral içeriği anne sütüne en benzer şekilde adapte edilmiştir HiPP Organik biberon mamalarının yağ patenti, kolayca sindirilebilen ve emilebilen bitkisel yağ karışımı ile anne sütünde olduğu gibi formüle edilmiştir. Dengeli yağ asidi karışımı sayesinde bebek için yeterli miktarda omega 3 ve omega 6 yani LC-PUFA sağlamaktadır. Bu sayede bebeğinizin zihinsel ve sinirsel gelişimini destekler, Enerji değeri anne sütününki ile kıyaslanabilir, Yüksek biyolojik değerli protein içeriği ve anne sütüne birebir adapte edilmiş whey:kazein oranı (60:40) ile anne sütüne çok yakın formüle edilmiştir.”* şeklinde ifadelere yer verilerek tanıtımı yapılan ürünlerin anne sütünü ikame eden ürünler olduğu izlenimi yaratıldığı dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olarak değerlendirilen söz konusu tanıtımların bu hali ile;

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 maddesi;

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi;

-Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliğinin 12/g, 12/ğ, 12/h-1, 12/h-2 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 Kanunun 16 ncı maddesi;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Vimjo Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**63)**

**Dosya No: 2014/1019**

**Şikâyet Edilen: Mutlu Turizm ve Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** <http://happytur.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan ***“Bensu Elfida Suit Hotel”*** adlı kuruluşa ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu <http://happytur.com.tr> adresli internet sitesinin 07.08.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, faaliyetine son veren **Bensu Elfida Suit Hotel** isimli tesise ilişkin tanıtımlara ve rezervasyon bilgilerine yer verildiği yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu <http://happytur.com.tr> adresli internet sitesinin 07.08.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, **Bensu Elfida Suit Hotel** isimli tesise ilişkin tanıtımlara yer verildiği ancak Bensu Elfida Suit Hotel isimli tesisin reklamın yayınlandığı tarihten bir süre önce faaliyetine son verdiği ve halihazırda böyle bir tesisin bulunmadığı, buna rağmen bahsi geçen internet sitesinde otele ilişkin rezervasyon ve konaklama ile ilgili tanıtıcı bilgiler verilmek ve otelin reklamı yapılmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Mutlu Turizm ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2014/1154**

**Şikayet Edilen:** **Kalegon Butik Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ayderkalegon.com](http://www.ayderkalegon.com) adresli internet sitesinde ve bina tabelasında yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2014 ve 03.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve bina tabelası

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından verilen herhangi bir turizm belgesine sahip olmamasına rağmen [www.ayderkalegon.com](http://www.ayderkalegon.com) adresli internet sitesinde ve bina tabelasında anılan işletmenin "butik otel" olduğu şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

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

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı 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 **Kalegon Butik 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.

**65)**

**Dosya No: 2014/1155**

**Şikayet Edilen:** **Ayder Avusor Butik Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ayderavusorotel.com](http://www.ayderavusorotel.com) adresli internet sitesinde ve bina tabelasında yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve bina tabelası

**Tespitler:** Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından verilen herhangi bir turizm belgesine sahip olmamasına rağmen [www.ayderavusorotel.com](http://www.ayderavusorotel.com) adresli internet sitesinde ve bina tabelasında anılan işletmenin "butik otel" olduğu şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

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

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı 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 **Ayder Avusor Butik 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.

**66)**

**Dosya No: 2014/1442**

**Şikayet Edilen:** **Ersa İnşaat Turizm Ticaret Ltd. Şti. (Luna Blanca Resort & Spa)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tesisi tanıtan totem, amblemli buklet malzemeleri, tesisin ambleminin kullanıldığı çeşitli yerler ve [www.lunablancaresortspa.com](http://www.lunablancaresortspa.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve buklet malzemeleri

**Tespitler:** [www.lunablancaresortspa.com](http://www.lunablancaresortspa.com) adresli internet sitesinin 02.12.2014 tarihli görünümünde ve Kültür ve Turizm Bakanlığınca 18.09.2014 tarihinde yapılan denetimlerde tesisi tanıtan totem, amblemli buklet malzemeleri ve tesisin ambleminin kullanıldığı çeşitli yerlerde; söz konusu işletmenin 4 yıldızlı olmasına rağmen "5 Yıldızlı Otel" olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı 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 **Ersa İnşaat Turizm Ticaret Ltd. Şti. (Luna Blanca Resort & Spa)** 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.

**67)**

**Dosya No: 2014/696**

**Şikayet Edilen: Çamlıhemşin Tur. ve İnş. Yat. A.Ş. (Kaçkar Resort Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kaçkar Resort Hotel”* isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.kackarresorthotel.com](http://www.kackarresorthotel.com) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür, tabela

**Tespitler:** Çamlıhemşin Turizm ve İnşaat Yatırımları A.Ş.’ye ait *“Kaçkar Resort Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 yıldızlı Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.kackarresorthotel.com](http://www.kackarresorthotel.com) adresli internet sitesinin 16.04.2014 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 *“Kaçkar Resort Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 yıldızlı Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.kackarresorthotel.com](http://www.kackarresorthotel.com) adresli internet sitesinde 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 **Çamlıhemşin Tur. ve İnş. Yat. A.Ş.**  hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2014/700**

**Şikayet Edilen: Emr Otomotiv Yedek Parça Oto Kiralama Gıda Tekstil Hayv. Deri İnş. Tur. Nakliyat Paz. San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Le Chateau De Prestige”* isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2014, 17.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: :** Emr Otomotiv Yedek Parça Oto Kiralama Gıda Tekstil Hayv. Deri İnş. Tur. Nakliyat Paz. San. Tic. A.Ş.’ye ait [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) adresli internet sitesinde tanıtımı yapılan *“Le Chateau De Prestige”* isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, söz konusu internet sitesinde *“de luxe”* ve *“4,5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) adresli internet sitesinde tanıtımı yapılan “Le Chateau De Prestige” isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, söz konusu internet sitesinde *“de luxe”* ve *“4,5 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 ıncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, mecra kuruluşu **Emr Otomotiv Yedek Parça Oto Kiralama Gıda Teks. Hayv. Deri İnş. Tur. Nakliyat Paz. San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2014/1113**

**Şikayet Edilen: Aktaş Turizm İnşaat Taahhüt San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Clarion Hotel isimli tesisin[www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: Clarion Hotel** isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 3 yıldızlı turizm işletme belgesine sahip olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)booking.com adresli internet sitesinde 5 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Clarion Hotel**isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 3 yıldızlı Turizm İşletme Belgesine sahip olmasına rağmen, [www.](http://www.palastermal.com.tr)booking.com adresli internet sitesinde 5 yıldız işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının 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-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 **Aktaş Turizm İnşaat Taahhüt San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine  karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2014/1389**

**Şikayet Edilen: Euro Park Otel**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Euro Park Otel*”** isimli tesise ait amblemli buklet malzemelerinde, tesis ambleminin kullanıldığı tesisin çeşitli yerlerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2014, 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava, buklet malzemeleri

**Tespitler: Euro Park Otel** isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 4 yıldızlı turizm işletme belgesine sahip olmasına rağmen, [www.europarkotel.com](http://www.europarkotel.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinin 19.11.2014 tarihli görünümlerinde ve tesis ambleminin kullanıldığı tesisin çeşitli yerlerinde 5 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Euro Park Otel**isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca 4 yıldızlı olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.europarkotel.com](http://www.europarkotel.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet siteleri ile tesis ambleminin kullanıldığı tesisin çeşitli yerlerinde 5 yıldız işaretinin işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının 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-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 **Euro Park Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2014/1026**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: Lara Family Club** isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş 3 yıldızlı turizm işletme belgesine sahip olmasına rağmen, [www.larafamilyclub.com](http://www.larafamilyclub.com) adresli internet sitesinde 4 yıldız işaretinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Lara Family Club**isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca 3 yıldızlı olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.larafamilyclub.com](http://www.larafamilyclub.com) adresli internet sitesinde 4 yıldız işaretinin işaretinin kullanılarak tanıtım yapılmasının 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-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 **Venüs Otel İşletmeciliği Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**EĞİTİM**

**72)**

**Dosya No: 2014/479**

**Şikayet Edilen: Özel Ankara Darüşşifa Eğitim Kurumları İnş. Eml. Otom. Tur. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“8. Sınıf öğrencileri 4 yıl sonra işiniz hazır!”* ibareli broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait Özel Ankara Darüşşifa Anadolu Sağlık Meslek Liseleri isimli eğitim kurumlarının tanıtımına yönelik olarak yayınlanan broşürlerde, ***“8. Sınıf öğrencileri 4 yıl sonra işiniz hazır!”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Özel Ankara Darüşşifa Eğitim Kurumları İnş. Eml. Otom. Tur. Tic. Ltd. Şti. bünyesinde yer alan *“Özel Ankara Darüşşifa Anadolu Sağlık Meslek Liseleri”* isimli eğitim kurumlarının tanıtımına yönelik olarak yayınlanan broşürlerde, ***“8. Sınıf öğrencileri 4 yıl sonra işiniz hazır!”*** şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak Milli Eğitim Bakanlığı Özel Öğretim Kurumları Genel Müdürlüğü’nün, resmi ve özel sağlık meslek liselerinden mezun olan öğrencilerin tamamının istihdam edilmesinin mümkün olmadığı, dolayısıyla bu kurumların ***“iş garantili”*** eğitim verme vaadinde bulundukları reklam ve ilanlarının yanıltıcı olduğu görüşü de dikkate alınarak, inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı 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 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 **Özel Ankara Darüşşifa Eğitim Kurumları İnş. Eml. Otom. Tur. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2014/448**

**Şikayet Edilen: Unvan Eğitim Danışmanlık Yay. Çağrı Merk. Paz. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.unvankurslari.com.tr](http://www.unvankurslari.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Ünvan Uzaktan Eğitim Sertifika Kurs Programları”* başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.unvankurslari.com.tr](http://www.unvankurslari.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan“Ünvan Uzaktan Eğitim Sertifika Kurs Programları” başlıklı tanıtımlarda; *“Kendi ders programınızı yapmak, günün koşuşturmacasından sıyrıldıktan sonra, ders kaçırma kaygısı olmadan, zaman-mekan bağımsız bir şekilde çalışabilmek mi istiyorsunuz?****Ünvan Meslek Eğitim Kurumları Uzaktan Eğitim Sertifika Kurs Programlarımız ile mesleğinizi tesçilleyin!****.  Uzaktan eğitim (e-Öğrenim ya da e-Learning) en temel anlamıyla, iletişim teknolojilerinin kullanılarak zaman ve mekan bağımsız olarak insanların eğitim almalarının sağlanmasıdır. Bu sayede yaşadıkları yerlerde eğitim olanakları kısıtlı olanların, ya da iş saatlerinde çalıştığı için eğitimine, kişisel gelişimine zaman ayıramayan bireylerin istedikleri eğitimi almaları sağlanmaktadır…* ***Kurumumuzca verilen uzaktan eğitimler aşağıdaki gibidir****; Meslek Eğitim Kursları; Emlakçılık ve Brokerlik Kursları; Gayrimenkul Danışmanlığı Kursu, Emlak Danışmanlığı Kursu, Temel Emlakçılık Kursu, Mortgage Brokerlığı Kursu, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kursları; Çocuk Bakımı - Gelişimi Eğitimi Elemanı Yetiştirme Kursu, Çocuk Bakım Elemanı Kursu (1064 Saat), 3-6 Yaş Çocuk Bakım ve Oyun Odası Etkinlikleri Kursu (360 Saat), Erken Çocukluk Öğretmen Yardımcısı Kursu (2608 Saat), Evde Çocuk Bakımı Kursu (344 Saat), Özel Eğitim Öğretmen Yardımcısı Kursu (2594 Saat), Hasta ve Yaşlı Hizmetleri Kursları; Hasta Kayıt Kabul İşlemleri (Tıp Sekreterliği) Kursu, Hasta ve Yaşlı Refakatçisi Kursu, Cenaze Hizmetleri Kursu, Yaşlı Bakım Elemanı Yetiştirme Kursu, Halkla İlişkiler/Satış-Pazarlama Kursları; Halkla İlişkiler Kursu, Çağrı Merkezi Elemanı Kursu, Halkla İlişkiler ve Büro Personeli Yetiştirme Kursu, İnsan Kaynakları Yönetimi Kursu, Müşteri Hizmetleri Temsilcisi Kursu, Santralist Yetiştirme Kursu, Tıbbi Mümessillik Kursu, Vip – Halkla İlişkiler Lider Eğitimi, İnşaat Teknolojisi Kursları; İnşaat Kalıpçılığı Kursu, Betonarme Demirciliği Kursu, Duvarcılık Kursu, Dış Cephe Isı Yalıtım Mantolama Kursu, Ahşap Doğrama ve Kaplama Kursu Betonarme Demir, Kalıpçılık ve Çatıcılık Kursu, Boyacılık Kursu, Sıvacılık Kursu, Yapı Duvarcılığı Kursu, Yapı Yalıtımcılığı Kursu, Pvc Doğrama İmalat ve Montaj Eğitimi Kursu, Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kursları; Üst Düzey Yönetici Asistanı Kursu, Yönetici Sekreterlik Kursu, Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kursu, Yönetici Asistanı Kursu, Danışma Görevlisi Kursu, Temel Sekreterlik Hizmetleri, Sağlık - Güzellik - Çevre Kursları; Masör Masöz Kursu, Klasik Masaj Elemanı Yetiştirme Kursu, Sterilizasyon ve Dezenfeksiyon Personel Eğitimi Kursu, Temizlik ve Temizlik Yönetimi Kursu, Çöp Toplama Personel Eğitimi Kursu, Öğretmenlik ve Öğretim Kursları; Aile Danışmanı Kursu, İşaret Dili Kursu, Eğiticinin Eğitimi Kursu, Finans ve Muhasebe Kursları; Bilgisayarlı Muhasebe Kursu, Dış Ticaret Kursu, Sigortacılık Kursu, Adalet ve Hukuk Kursları, Adli Kalem İşleri Kursu, Adli Takip Elemanı Kursu, Yedieminlik Kursu, Kişisel Gelişim Kursları; Avcılık Kursu, Diksiyon Kursu, Girişimcilik Kursu, Hayvan Kesim Elemanı (Kasaplık) Kursu, İş ve Sosyal Hayatta İletişim Kursu, Kişisel Gelişim Kursu, Bilgisayar Kursları; 3D Studio Max Kursu, Autocad Kursu; Solidworks Kursu, Grafik Tasarım Kursu, Masaüstü Yayıncılık Kursu, Bilgisayar İşletmenliği Kursu, Bilgisayar Programcılığı Kursu, Web Tasarım Kursu, Grafik ve Animasyon Kursu, Hızlı Klavye Kullanımı (Hızlı Yazma) Kursu, NET (dotNET) Kursu”* ifadelerine yer verilerek, söz konusu kurum tarafından Uzaktan Eğitim Sertifika Kurs Programları düzenlendiği hususunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.unvankurslari.com.tr](http://www.unvankurslari.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, söz konusu kurum tarafından Uzaktan Eğitim Programları düzenlendiği hususunun belirtildiği, ancak Milli Eğitim Bakanlığı Özel Öğretim Kurumları Genel Müdürlüğü’nün, kurum açma izni alınmadıkça kuruma öğrenci kaydı yapılamayacağı ve faaliyette bulunulamayacağı, uzaktan öğretim yapılabilmesi için ilgili Valilikten kurum açma izni alınması gerektiği, bu nedenle anılan kurumun inceleme konusu reklamlara ilişkin şartları yerine getirmediği ve izinsiz faaliyette bulunduğu gerekçesiyle 5580 sayılı Özel Öğretim Kurumları Kanunu’nun 3 üncü maddesine aykırı hareket ettiği görüşü de dikkate alınarak; söz konusu firmanın uzaktan eğitim yapma izninin bulunmaması, ayrıca [www.unvankurslari.com.tr](http://www.unvankurslari.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan uzaktan eğitim programları listesinde yer alan programların tümünün uzaktan eğitim programı olmaması sebebiyle, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı 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 üncü 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 **Unvan Eğitim Danışmanlık Yay. Çağrı Merk. Paz. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2014/320**

**Şikayet Edilen: :** **Eurostar Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2014, 19.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından [www.yurtdışıeğitimmerkezi.net](http://www.yurtdışıeğitimmerkezi.net) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda ***“5 yıldızlı danışmanlık hizmeti Eurostar güvencesiyle” , “YÖK Denkliği Bosna Hersek sizleri bekliyor…”******,******“YÖK tarafından tanınan üniversiteler” , “Denklik sorunu olmadan tüm bölümlerde okuyabilirsiniz”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından [www.yurtdışıeğitimmerkezi.net](http://www.yurtdışıeğitimmerkezi.net) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda ***“5 yıldızlı danışmanlık hizmeti Eurostar güvencesiyle” , “YÖK Denkliği Bosna Hersek sizleri bekliyor…”******,******“YÖK tarafından tanınan üniversiteler” , “Denklik sorunu olmadan tüm bölümlerde okuyabilirsiniz”*** şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, söz konusu iddiaların doğruluğunu kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin tarafımıza gönderilmediği, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlarda doğruluğu ispat edilemeyen, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve tüketici mağduriyetine yol açıldığı, 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,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/4 ve 32 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 **Eurostar Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2014/812**

**Şikayet Edilen: Eurostar Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2014, 21.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından [www.bosnauniversitesi.com](http://www.bosnauniversitesi.com) adresli internet sitesinin 25.06.2014 ve 21.07.2014 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda, ***“Bosna Hersek’te Türkçe Tıp Eğitimi” , “Dünya standartlarında Tükçe eğitim” , “Türkçe Mimarlık Mavi Diploma” , “Türkçe Turizm ve Otelcilik Mavi Diploma” , “Saraybosna Üniversitesi Inn!!! Öss Lgs Lys Out!!!” , “Eurostar Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı Ltd Şti olarak 20 yılı aşkın tecrübemizle…” , “(…) piyasanın en iyi yurtdışı eğitim firması olarak bu hizmetlerin daha da fazlasını sunmaktayız.” , “Türkiye’nin en iyi yurtdışı eğitim firması olan şirketimiz…”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından [www.bosnauniversitesi.com](http://www.bosnauniversitesi.com) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, ***“Bosna Hersek’te Türkçe Tıp Eğitimi” , “Dünya standartlarında Tükçe eğitim” , “Türkçe Mimarlık Mavi Diploma” , “Türkçe Turizm ve Otelcilik Mavi Diploma” , “Saraybosna Üniversitesi Inn!!! Öss Lgs Lys Out!!!” , “Eurostar Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı Ltd Şti olarak 20 yılı aşkın tecrübemizle…” , “(…) piyasanın en iyi yurtdışı eğitim firması olarak bu hizmetlerin daha da fazlasını sunmaktayız.” , “Türkiye’nin en iyi yurtdışı eğitim firması olan şirketimiz…”*** şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan üniversiteler tarafından mavi diploma verildiği iddiasını kanıtlayacak nitelikte herhangi bir belgenin tarafımıza gönderilmediği; bununla birlikte söz konusu tanıtımlarda Bosna Hersek’te Türkçe eğitim verildiği hususu vurgulanmasına karşın, firma tarafından Bakanlığımıza Travnik Üniversitesi’nde eğitimin Türkçe olarak gerçekleştirilebilmesi için muvafakat verildiğine ilişkin 01.09.2014 tarihli bir belge gönderildiği, ancak inceleme konusu tanıtımların yayınlandığı tarihte anılan üniversitede ve söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan diğer üniversitelerde Türkçe eğitim verildiği yönündeki iddiaları kanıtlayacak nitelikte herhangi bir belgenin tarafımıza gönderilmediği; öte yandan firmanın 20 yıldır faal olarak yurtdışı eğitim danışmanlık hizmeti verdiği ve Türkiye’nin en iyi yurtdışı eğitim firması olduğu şeklindeki iddiaların da ispat edilemediği; ayrıca söz konusu tanıtımlarda yer alan ***“Saraybosna Üniversitesi Inn!!! Öss Lgs Lys Out!!!”*** ifadeleriyle Türk eğitim sisteminin kötülendiği; dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlarda doğruluğu ispat edilemeyen, tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dürüst rekabet ilkelerine aykırı davranıldığı ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıldığı; 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, 11 inci, 13 üncü, 14 üncü ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eurostar Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**ENERJİ**

**76)**

**Dosya No: 2014**/**1263**

**Şikayet Edilen: Bisen Elektrik Enerjisi Toptan Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bisen.com.tr](http://www.bisen.com.tr) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** [www.bisen.com.tr](http://www.bisen.com.tr) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“22 yıllık tecrübe %100 devlet güvencesi”***şeklinde;

Metro Toptancı Marketleri müşterileri için hazırlanan broşürlerde yapılan tanıtımlarda yer alan ana vaat içerisinde, *“%10 İndirimli. Ucuz elektrik noktası Metro Toptancı Marketinizde Elektrik faturanızı bize getirmeyi unutmayın”* ve *“Elektrik faturanızla Metro’ya gelin %10 indirim kazanın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, [www.bisen.com.tr](http://www.bisen.com.tr) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde ve broşürlerde yapılan tanıtımlarda, ***“22 yıllık tecrübe %100 devlet güvencesi”***şeklinde ifadeye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Bununla birlikte, Metro Toptancı Marketleri müşterileri için hazırlanan broşürlerde yapılan tanıtımlarda yer alan ana vaat içerisinde, *“%10 İndirimli. Ucuz elektrik noktası Metro Toptancı Marketinizde Elektrik faturanızı bize getirmeyi unutmayın”* ve *“Elektrik faturanızla Metro’ya gelin %10 indirim kazanın!”* ifadelerinin bulunduğu, ancak, *“EPDK tarafından mesken ve ticarethane abone grupları için belirlenmiş, güncel aktif tek zamanlı enerji bedeli birim fiyatı üzerinden indirim uygulanır”* şeklindeki ana vaadin esaslı unsuru niteliğindeki istisnai bilgiye yer verilmediği; bu nedenle, inceleme konusu broşürlerde yapılan tanıtımlarda bahsi geçen *“%10 İndirimli”* ibaresi ile kuruluşunuz tarafından, tüketilen aktif enerji bedeli üzerinden indirim yapılmasına rağmen tüketicilerin ödeyeceği fatura tutarı üzerinden indirim sağlanacağı izleniminin oluşturulduğu;

Buna göre; inceleme konusu reklamlarda yer alan ifadelerile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı, dolayısıyla;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bisen Elektrik Enerjisi Toptan Satış A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2014**/**1427**

**Şikayet Edilen: Celler Elektrik Enerjisi Toptan Satış İthalat ve İhracat A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.celler-enerji.com](http://www.celler-enerji.com) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”***ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.celler-enerji.com](http://www.celler-enerji.com) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik  ***“CELLER Enerji ile gerçekleştireceğiniz tüm ticari çalışmalar %100 devlet güvencesi altındadır.”*** şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, [www.celler-enerji.com.tr](http://www.celler-enerji.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“CELLER Enerji ile gerçekleştireceğiniz tüm ticari çalışmalar %100 devlet güvencesi altındadır.”***şeklinde ifadeye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Buna göre; inceleme konusu reklamlarda yer alan ***“CELLER Enerji ile gerçekleştireceğiniz tüm ticari çalışmalar %100 devlet güvencesi altındadır.”*** ifadesiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı, dolayısıyla;

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Celler Elektrik Enerjisi Toptan Satış İthalat ve İhracat A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2014**/**1429**

**Şikayet Edilen: Aks Grup Elektrik Enerjisi Toptan Alış ve Satış Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.aksgrup.com.tr](http://www.aksgrup.com.tr) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.aksgrup.com.tr](http://www.aksgrup.com.tr) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“Aks Grup Enerji olarak tedarik ettiğimiz elektrik %100 devlet güvencesi altındadır”*** şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, www.aksgrup.com.tr adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“Aks Grup Enerji olarak tedarik ettiğimiz elektrik %100 devlet güvencesi altındadır”***şeklinde ifadeye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamlarda yer alan “***Aks Grup Enerji olarak tedarik ettiğimiz elektrik %100 devlet güvencesi altındadır”*** ifadesiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aks Grup Elektrik Enerjisi Toptan Alış ve Satış Limited Şirketi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2014**/**1431**

**Şikayet Edilen: Atom Elektrik Enerjisi İthalat İhracat Sanayi ve Toptan Satış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.atomelektrik.com.tr](http://www.atomelektrik.com.tr) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.atomelektrik.com.tr adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik  ***“Elektrik enerjisini, mevcut tarifenizden; çok daha avantajlı, hızlı, güvenilir, sürekli ve risksiz, %100 devlet güvencesi ile Atom Elektrik’ten temin edebilirsiniz..”***şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, [www.atomelektrik.com.tr](http://www.atomelektrik.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“Elektrik enerjisini, mevcut tarifenizden; çok daha avantajlı, hızlı, güvenilir, sürekli ve risksiz, %100 devlet güvencesi ile Atom Elektrik’ten temin edebilirsiniz..”***şeklinde ifadeye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Atom Elektrik Enerjisi İthalat İhracat Sanayi ve Toptan Satış Ticaret A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2014**/**1432**

**Şikayet Edilen: Avem Elektrik Enerjisi Toptan Alış ve Satış Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.avemenerji.com](http://www.avemenerji.com) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.avemenerji.com](http://www.avemenerji.com) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik  ***“%100 Devlet Güvencesi”***  şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, [www.avemenerji.com](http://www.avemenerji.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“%100 Devlet Güvencesi”***şeklinde ibareye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”***ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Avem Elektrik Enerjisi Toptan Alış ve Satış Limited Şirketi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2014**/**1433**

**Şikayet Edilen: Akfen Elektrik Enerjisi Toptan Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.akfentoptan.com.tr](http://www.akfentoptan.com.tr) adresli internet sitesinde ve Akfen Elektrik Enerjisi Toptan Satış A.Ş. adlı kuruluşa ait broşürlerde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, www.akfentoptan.com.tr adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümündeyapılan tanıtımlarda ***“Devlet güvenceli, kolay ve teminatsız işlem”; “%100 devlet güvencesi. Serbest tüketici statüsünde bulunan herkes elektriğini devlet güvencesinde Akfen Toptan’a taşıyabilir”***şeklinde; kuruluşunuza ait broşürlerde yapılan tanıtımlarda ise ***“3 adımda elektriğini Akfen Toptan’a taşı %100 Devlet Güvencesi. Taahhütsüz, teminatsız, ucuz ve güvenilir enerji…”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, [www.akfentoptan.com.tr](http://www.akfentoptan.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, ***“Devlet güvenceli, kolay ve teminatsız işlem”; “%100 devlet güvencesi. Serbest tüketici statüsünde bulunan herkes elektriğini devlet güvencesinde Akfen Toptan’a taşıyabilir”***şeklinde; kuruluşunuza ait broşürlerde yapılan tanıtımlarda ise ***“3 adımda elektriğini Akfen Toptan’a taşı %100 Devlet Güvencesi. Taahhütsüz, teminatsız, ucuz ve güvenilir enerji…”***şeklinde ifadelere yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”***ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akfen Elektrik Enerjisi Toptan Satış A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2014**/**1434**

**Şikayet Edilen: Reon Enerji A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.reonenerji.com.tr](http://www.reonenerji.com.tr) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.reonenerji.com.tr](http://www.reonenerji.com.tr) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“%100 devlet güvencesi. Reon Enerji, müşterilerine yenilikçi, kaliteli ve verimliliklerini arttıran hizmetler sunmayı misyon edinmiştir.”***şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, [www.reonenerji.com.tr](http://www.reonenerji.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“%100 devlet güvencesi. Reon Enerji, müşterilerine yenilikçi, kaliteli ve verimliliklerini arttıran hizmetler sunmayı misyon edinmiştir.”***şeklinde ifadelere yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”***ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**83)**

**Dosya No: 2014**/**1419**

**Şikayet Edilen: Yaren Grup Elektrik Enerjisi Toptan Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.yarenenergy.com.tr](http://www.yarenenergy.com.tr) adresli internet sitesinde ve televizyon mecrasında ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** [www.yarenenergy.com.tr](http://www.yarenenergy.com.tr) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“%100 Devlet Güvencesi”***şeklinde ibareye yer verildiği;

Televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda yer alan dış ses içerisinde*; “%100 Devlet güvencesiyle ucuz elektrik kime kime? Yurtlara, restoranlara, benzin istasyonlarına, kuaförlere, otellere. Başka kime? Faturası 133 TL olan konut sahiplerin. Faturasını Yaren Elektrik’e taşıyanlar her ay indirimli elektrik kullanıyor, üstelik ilk faturasını da ödemiyor! Şimdi herkes Yaren Elektrik almaya e-shoplara gidiyor. İndirimli elektrik almak için 0850 302 06 05”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik, www.yarenenerji.com.tr adresli internet sitesinde televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda yapılan tanıtımlarda **“%100 devlet güvencesi.”** ibaresine yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle, **sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Buna göre; inceleme konusu tanıtımlarda yer alan **“%100 devlet güvencesi.”** ibaresi ile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı,

Diğer taraftan; televizyon mecrasında *“%100 Devlet güvencesiyle ucuz elektrik kime kime? Yurtlara, restoranlara, benzin istasyonlarına, kuaförlere, otellere. Başka kime? Faturası 133 TL olan konut sahiplerin. Faturasını Yaren Elektrik’e taşıyanlar her ay indirimli elektrik kullanıyor, üstelik ilk faturasını da ödemiyor! Şimdi herkes Yaren Elektrik almaya e-shoplara gidiyor. İndirimli elektrik almak için 0850 302 06 05”* dış sesi ile yayınlanan reklamlarda yer alan alt yazı metninin boyut bakımından uygun olmaması ve metinde efekt kullanılması nedeniyle okunabilirlikten uzak olduğu; dolayısıyla;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam Ve İlanlarda Altyazı Ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul Ve Esaslara Dair Tebliğin 5/1, 5/3; 6/3 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yaren Grup Elektrik Enerjisi Toptan Satış A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2014**/**1420**

**Şikayet Edilen: Sanko Enerji Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sankoenerji.com](http://www.sankoenerji.com) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi’nde”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sankoenerji.com adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“%100 Devlet Güvencesi’nde”***şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik www.sankoenerji.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“%100 Devlet Güvencesi’nde”***şeklinde ifadeye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi’nde”*** ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**85)**

**Dosya No: 2014**/**1422**

**Şikayet Edilen: CS Uluslararası Toptan Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cselektrik.com](http://www.cselektrik.com) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.cselektrik.com](http://www.cselektrik.com) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“%100 Devlet Güvencesi altında olan sistemde CS Elektrik’ten indirimli elektrik almaya karar veren tüketicilerin tüm altyapı hizmetleri hâlihazırda olduğu gibi mevcut dağıtım şirketleri (BEDAŞ, AYEDAŞ, TEDAŞ vb.) tarafından herhangi bir teknik değişiklik yapılmadan yürütülmeye devam edecektir.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik [www.cselektrik.com](http://www.cselektrik.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“%100 Devlet Güvencesi altında olan sistemde CS Elektrik’ten indirimli elektrik almaya karar veren tüketicilerin tüm altyapı hizmetleri hâlihazırda olduğu gibi mevcut dağıtım şirketleri (BEDAŞ, AYEDAŞ, TEDAŞ vb.) tarafından herhangi bir teknik değişiklik yapılmadan yürütülmeye devam edecektir.”*** şeklinde ifadeye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”***ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **CS Uluslararası Toptan Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2014**/**1423**

**Şikayet Edilen: Kinesis Toptan Elektrik Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kinesiselektrik.com](http://www.kinesiselektrik.com) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kinesiselektrik.com](http://www.kinesiselektrik.com) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görüntüsünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“%100 Devlet Güvencesi”***şeklinde ibareye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik [www.kinesiselektrik.com](http://www.kinesiselektrik.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“%100 Devlet Güvencesi”***şeklinde ibareye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”***ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kinesis Toptan Elektrik Satış A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2014**/**1425**

**Şikayet Edilen: Dedeoğlu Bilgi İşlem Elektronik Dayanıklı Tüketim Malları ve Gaz Bayii Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ddbil.com](http://www.ddbil.com) adresli internet sitesinde ***“%100 Devlet Güvencesi”*** ibaresi ile yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ddbil.com](http://www.ddbil.com) adresli internet sitesinin 04.12.2014 tarihli görünümünde, Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına yönelik ***“Dedeoğlu Enerji ile gerçekleştireceğiniz tüm ticari çalışmalar %100 devlet güvencesi altındadır”*** şeklinde ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Enerji Piyasası Düzenleme Kurulu tarafından belirlenen elektrik enerjisi miktarından daha fazla tüketimde bulunarak, tedarikçisini seçme hakkına sahip olan serbest tüketicilere sunulan elektrik hizmetinin tanıtımına [www.ddbil.com](http://www.ddbil.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda ***“Dedeoğlu Enerji ile gerçekleştireceğiniz tüm ticari çalışmalar %100 devlet güvencesi altındadır”***şeklinde ifadeye yer verildiği;

6446 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu’na göre, tüketicilere elektrik enerjisi veya kapasitesi temin etme hakkının Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu tarafından üretim veya tedarik lisansı alan tüzel kişilere sağlandığı;

Ancak; elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı;

Bu nedenle**, sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği;**

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ***“%100 Devlet Güvencesi”***ibaresiile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte 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; 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dedeoğlu Bilgi İşlem Elektronik Dayanıklı Tüketim Malları ve Gaz Bayii Ticaret ve Sanayi Limited Şirketi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**88)**

**Dosya No: 2015/16**

**Şikayet Edilen:** **Özdilek Alışveriş Merkezleri ve Tekstil A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Özdilek Yaşamın İçinde”*** başlıklı takvimlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014-2015

**Yayınlandığı Mecra:** Takvim

**Tespitler**: “Özdilek Yaşamın İçinde” başlıklı takvimde çarşaf giyen kadınların demir parmaklıklar ardında önlerinde ise Türk bayrağı kıyafet giyen bir kızın resmedildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu "*Özdilek Yaşamın İçinde*" başlıklı takvimde çarşaf giyen kadınların parmaklıklar ardında gösterildiği böylelikle bu kişilerin toplumda dışlandığı şeklinde bir algı yaratılmak istendiği, inançları gereği çarşaf giyen kişilerin aşağılandığı, dolayısıyla takvimde yer alan resmin anılan kişilere yönelik kötüleme içerdiği,

Dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- 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, 5/f, 5/g, 5/j, 7/a, 21 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**89)**

**Dosya No: 2014/1631**

**Şikayet Edilen:** **Gratis İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “***KING OF SHV”*** markalı tıraş bıçağının ambalajında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı

**Tespitler**: Firmanın Gaziosmanpaşa şubesinden satın alınan “KING OF SHV” marka tıraş bıçağı ve yedek uçlarına ilişkin ürün görselinde “5 adet yedek uç” ifadesine yer verilirken tüketicinin satın aldığı ürün içeriğinde “4 adet yedek uç” yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından satışa sunulan “KING OF SHV” marka tıraş bıçaklarına ilişkin ürün ambalajlarında 5 adet yedek uç yer almasına rağmen ürün paketlerinden 4 adet uç çıktığı, sonuç olarak ürün bilgisi yanlış verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, tanıtımlarda vaat edilen yedek uç ürünlerinin eksik verildiği böylece tüketicilerin mağdur edildiği,

Dolayısıyla bu durumun;

- 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, 21 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**90)**

**Dosya No: 2014/1771**

**Şikayet Edilen:** **Demir Grup Yapı İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Demir Romance”*** isimli konut projesinin tanıtımına yönelik televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Söz konusu televizyon reklamlarının altyazı kısmında; “*Bu kampanya T.C. Sanayi Bakanlığı’nın 25.05.2004 tarihli ve 21940 sayılı tebliğ hükümlerine uygundur. İndirim oranları markalara göre değişiklik gösterebilir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Demir Romance isimli konut projesine ilişkin muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamların altyazı kısmında; "*Bu kampanya T.C. Sanayi Bakanlığı'nın 25.05.2004 tarihli 21940 sayılı tebliğ hükümlerine uygundur. İndirim oranları markalara göre değişiklik gösterebilir"* şeklinde ifadelere yer verildiği ancak böyle bir tebliğin mülga Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanmadığı, 25.05.**1994** tarihli 21940 sayılı tebliğin ise 13.06.2003 tarih ve 25137 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Kampanyalı Satışlara İlişkin Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 17. maddesi ile yürürlükten kaldırıldığı, hem Bakanlık ismi yanlış verilerek hem de 14/06/2003 tarihinde yürürlükten kaldırılan tebliğ hükümlerine yer verilerek tüketiciler nezdinde kampanyanın Bakanlık tarafından çıkarılan tebliğ hükümlerine uygun olduğu şeklinde yanlış bir intiba uyandırıldığı böylece tüketicilerin yanıltıldığı,

Dolayısıyla bu durumun;

- 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, 21 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**91)**

**Dosya No: 2014/1656**

**Şikayet Edilen:** **Yasin UZUN (Kardeşler Yatak ve Çocuk Gereçleri)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 27.11.2014 tarihli görünümünde “e-bebeğime” kullanıcı adı ile; *“Ortopedik yatak 140\*190 -6 cm- visco yatak pedi…%100visco+ücretsiz kargo+visco pooly güvenceli..ısıya ve basınca duyarlı viscoelastik malzeme,anti-mite, anti-mantar ve anti-bakteriyel özellikli yıkanabilir kılıfı ile yıllarca konforlu bir uyku sunar..****Ped yüksekliği 7 cm’dir(+-1)****…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinin 27.11.2014 tarihli görünümünde “e-bebeğime” kullanıcı adı ile; *“Ortopedik yatak 140\*190 -6 cm- visco yatak pedi…%100visco+ücretsiz kargo+visco pooly güvenceli..ısıya ve basınca duyarlı viscoelastik malzeme,anti-mite, anti-mantar ve anti-bakteriyel özellikli yıkanabilir kılıfı ile yıllarca konforlu bir uyku sunar..****Ped yüksekliği 7 cm’dir****…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Ve fakat başvuruda bulunan tüketici tarafından; anılan ürünün yüksekliğinin 4,5 cm olduğu, bu durum karşısında firma/şahıs tarafından da *“Vakumun açılması ve ürünün normal yüksekliğine ulaşması için ürün açıldıktan sonra 48 saat açık şekilde bekletilmelidir…”* şeklinde açıklamalarda bulunulduğu, ancak ürünün 48 saat bekletilmesine rağmen üründe herhangi bir değişiklik olmadığı beyan edilmiştir.

Söz konusu tüketici tarafından yapılan ölçümle iddia edilen sayısal değere **“ne kadar süre bekleyerek ve ne şartlarda”** ulaşıldığı gibi delil niteliği oluşturan bilgileri haiz olmadan hukuken anılan başvurunun değerlendirilmesinin mümkün olmadığı; bununla beraber söz konusu firma yetkililerince tüketicinin mağduriyetini giderme yükümlülüklerinin yerine getirildiği göz önüne alınarak yapılan değerlendirmeler sonucunda; anılan ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında tüketicileri yanıltıcı bir husus içermediği, dolayısıyla anılan Kanun’a ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2014/670**

**Şikayet Edilen: Taş Elektronik ve Medikal İth. İhr. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Medilix Safir Electronic Pulse Massager”* isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.medilix.com.tr](http://www.medilix.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından *“Medilix Safir Electronic Pulse Massager”* isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.medilix.com.tr](http://www.medilix.com.tr) adresli internet sitesinin 23.12.2014 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, ***“Karın Ağrısı, Bel Tutulması, Omuz Ağrıları Eklem Ağrıları, Varis, Tansiyon, Kısmi Geçici Felç, Böbrek Ağrıları, Migren, Kramp, Selülit, Menopoz, Kireçlenme”*** şeklindeendikasyon belirten ifadeler kullanılarak, anılan ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanıldığı yönünde sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Medilix Safir Electronic Pulse Massager”* isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.medilix.com.tr](http://www.medilix.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“Karın Ağrısı, Bel Tutulması, Omuz Ağrıları Eklem Ağrıları, Varis, Tansiyon, Kısmi Geçici Felç, Böbrek Ağrıları, Migren, Kramp, Selülit, Menopoz, Kireçlenme”*** şeklindeendikasyon belirten ifadeler kullanılarak, anılan ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanıldığı yönünde sağlık beyanlarına yer verildiği; şayet söz konusu cihazın herhangi bir endikasyonu var ise Tıbbi Cihaz Mevzuatı kapsamında uygunluk değerlendirme sürecinden geçmesi ve endikasyonları kanıtlayıcı klinik veriler sunması gerektiği, aksi takdirde tıbbi cihaz olmayan, genel kullanım amaçlı ürünlerin tanıtımlarında endikasyon belirten ifadelere yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırı nitelikte değerlendirileceği; bu bağlamda, firma tarafından Tıbbi Cihaz Yönetmeliği kapsamında üretilmediği ifade edilen ve söz konusu hastalıklara iyi geldiğine dair klinik veriye sahip olmayan *“Medilix Safir Electronic Pulse Massager”* isimli ürüne ilişkin inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen genel kullanım amaçlı ürün tanımını aşan, tüketicileri yanıltıcı nitelikte ve ispata muhtaç ifadeler olduğu, bu durumun da;

- 07.06.2011 tarih ve 27957 Sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Tıbbi Cihaz Yönetmeliği’nin 1 inci ve 4 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, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Taş Elektronik ve Medikal İth. İhr. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2014/579**

**Şikayet Edilen: DB Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.elemanonline.com.tr](http://www.elemanonline.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait [www.elemanonline.com.tr](http://www.elemanonline.com.tr) adresli internet sitesinin 19.03.2014 tarihli görünümünde yayınlanan ilanda, ***“Şirketimizin tescilli markası olan elemanonline(com,net) alan adları ile ilgili girişimlerimiz sonucu; Uluslararası tahkim kurulu WIPO, elemanonline(com,net) alan adlarını dava süresi boyunca kilitlemiştir. Facebook sayfaları kapatılmıştır. İlgililer markamızı iltibas yoluyla taklit etmek ve marka hakkına tecavüz suçundan İstanbul Anadolu Fikri ve Sinai Haklar Ceza Mahkemesi’nde sanık olarak yargılanmaktadırlar. Elemanonline, elemanonline.com.tr adresinden ilk günkü gibi ücretsiz hizmet vermeye devam etmektedir. Taklit sitelere yapmış olduğunuz ödemelerinizden şirketimiz sorumlu tutulmayacaktır.”*** ifadelerine yer verildiği, [www.elemanonline.com](http://www.elemanonline.com) ve [www.elemanonline.net](http://www.elemanonline.net) adresli internet sitelerinin ise Piko Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti. isimli firmaya ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu [www.elemanonline.com.tr](http://www.elemanonline.com.tr) adresli internet sitesinin, insan kaynakları alanında, firmaların iş ilanlarını yayınlayarak eleman bulmasına ve iş arayan adayların da iş bulmasına yardımcı olmak üzere oluşturulan bir portal olarak hizmet verdiği dikkate alındığında, söz konusu internet sitesinin yöneldiği hedef kitlenin, inceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile 28.11.2013 tarih ve 28835 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak 28.05.2014 tarihinde yürürlüğe giren 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında “tüketici” olarak kabul edilemeyeceği, dolayısıyla anılan başvurunun Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında değerlendirilemeyeceği kanaatine varılarak, söz konusu reklamların mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesine ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**94)**

**Dosya No: 2014/786**

**Şikayet Edilen: Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Mad. İnş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“2-8 Haziran tarihleri arasında Çağdaş Kart ile alışverişlerinizde Cif Sprey 750 ml çeşitleri SADECE 4 TL”*** ibareli afiş ve broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2014-08.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu afiş ve broşürlerde, ***“2-8 Haziran tarihleri arasında Çağdaş Kart ile alışverişlerinizde Cif Sprey 750 ml çeşitleri SADECE 4 TL”*** ifadelerine yer verildiği, ancak kampanyanın 30 TL ve katları tutarındaki alışverişlerde geçerli olduğu şeklindeki ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgiye söz konusu reklamlarda yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Mad. İnş. Tic. Ltd. Şti. tarafından yayınlanan afiş ve broşürlerde, ***“2-8 Haziran tarihleri arasında Çağdaş Kart ile alışverişlerinizde Cif Sprey 750 ml çeşitleri SADECE 4 TL”*** ifadelerine yer verilerek, ana vaadin istisnası niteliğinde bir bilgi sunulmaksızın, Çağdaş Kart ile alışveriş yapan tüketicilerin ***“Cif Sprey 750 ml”*** isimli ürünü 4 TL karşılığında satın alabilecekleri ifade edilmesine karşın, kampanya kapsamında anılan ürünü söz konusu fiyattan satın almak isteyen tüketiciye kampanyadan yararlanabilmek için ürün başına en az 30 TL değerinde alışveriş yapılması gerektiği bilgisinin verildiği, ancak söz konusu bilgilendirmeye inceleme konusu reklamlarda yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve bu durumun tüketici mağduriyetine yol açtığı, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı 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 üncü ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yeni Çağdaş İhtiyaç ve Gıda Mad. İnş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 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.

**95)**

**Dosya No: 2014/783**

**Şikayet Edilen: Aydınlı Hazır Giyim San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*Babalar Günü”* kampanyası kapsamında yayınlanan ***“Denim ve gömleklerde 2. Ürüne %50 indirim”*** sloganlı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.06.2014-15.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, broşür

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından yayınlanan afiş ve broşürlerde, ***“Babalar Günü’nün en mutlusu”*** **,** ***“Denim ve gömleklerde 2. Ürüne %50 indirim****”* ***,*** ***“6-15 Haziran tarihleri arasında erkek sezon ürünlerinde denim ve gömlek alışverişlerinde USPA Card ile geçerlidir. Mağazalarımızdan kart sahibi olabilirsiniz. Basic gömlekler kampanyaya dahil değildir.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından yayınlanan afiş ve broşürlerde, ***“Denim ve gömleklerde 2. Ürüne %50 indirim”*** ana vaadinin yanı sıra, ***“6-15 Haziran tarihleri arasında erkek sezon ürünlerinde denim ve gömlek alışverişlerinde USPA Card ile geçerlidir. Mağazalarımızdan kart sahibi olabilirsiniz. Basic gömlekler kampanyaya dahil değildir.”*** şeklindeki ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgiye dipnotta açık ve anlaşılır bir biçimde yer verildiği tespit edilmiş olup, tüketicilerin kampanyanın şartlarına ilişkin olarak eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı iddiasının gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik taşımadığı anlaşılmış ve söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.