**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  22 Nisan 2015

**Toplantı Sayısı :** 235

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2014/1374**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Huawei Ascend G610”*** markalı telefona ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2015, 10.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 10.10.2014 tarihinde [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Huawei Ascend G610”*** markalı telefona ilişkin tanıtımlarda söz konusu cihazda radyo özelliği bulunduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Huawei Ascend G610”*** markalı telefona ilişkin tanıtımlarda, söz konusu cihazda radyo özelliği bulunduğu belirtilmesine karşılık bu durumun gerçeği yansıtmadığı, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı ve şikâyete konu reklamların tüketici mağduriyetine 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 ve 21 inci maddeleri,

* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2015/218**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“İnternet Deneyimi - İngiltere”***başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2015 – 20.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“İnternet Deneyimi - İngiltere”***başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“(…) - Bu çiğköfte tatlım... Türkiye’ye özgü bir lezzet... - Çok güzel gözüküyor. Hadi internette paylaşalım (…) Yeterince çalışırsanız belki bizler kadar iyi çiğköfte yapabilirsiniz (…) – Hayret bir şey, internet çekmiyor. – Boşver, hadi yiyelim (…) Ama ne yaparsanız yapın, bizim kadar iyi internete sahip olamazsınız. Türkiye internet kapsamasıyla İngiltere’nin önünde… Tüm çabamız işte bunun için. Bu toprağın insanları tüm dünyaya örnek olsun diye.”***ifadelerine, altyazıda ise *“İngiltere’de lider operatörün web sitesinde 4G nüfus kapsama oranı Şubat 2015 itibarıyla %80 olarak açıklanmıştır. Turkcell, %88,09 oranında 3G nüfus kapsamasına sahiptir. 3G hizmet kalitesi kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza ve bağlanılan siteye göre değişebilir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“İnternet Deneyimi - İngiltere”***başlıklı reklamlarda, 3G teknolojisi ile daha hızlı, daha yeni internet teknolojisi olan 4G teknolojisinin karşılaştırıldığı, ancak 4G ve 3G teknolojilerinin farklı mobil telekomünikasyon teknolojileri olduğu göz önüne alındığında söz konusu karşılaştırmanın aynı nitelikte olmadığı, İngiltere’nin lider operatörü “EE”nin web sitesinde 3G nüfus kapsama oranının % 98 olduğunun görüldüğü bu durumda reklamdaki iddianın tam tersi bir sonucun ortaya çıktığı,

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 8 inci, 9 uncu, 18/1, 18/2, 18/6 ve 32 nci maddeleri,

* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 220.220.-TL. (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2015/219**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Çekim Gücü - ABD”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2015 – 20.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“Çekim Gücü - ABD”***başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“(…) – Durun, durun T-Dog’u arayalım. O misket havasına bayılır. (…) Yeterince çalışırsanız belki bizler kadar iyi misket oynayabilirsiniz (…) – Çekmiyor, kahretsin telefonum çekmiyor. – Neyse, neyse… Boşverin T-Dog’u. Partiye devam (…) Ama ne yaparsanız yapın, bizim kadar iyi çekim gücüne sahip olamazsınız. Türkiye çekim gücüyle Amerika’nın önünde… Tüm çabamız işte bunun için. Bu toprağın insanları tüm dünyaya örnek olsun diye.”***ifadelerine, altyazıda ise *“INSEAD’in yayımlamış olduğu The Global Information Technology Report 2013 isimli raporda Türkiye’de operatörlerin nüfus kapsama oranının Amerika’dan üstün olduğu belirtilmektedir. Sinyal seviyesi ve ses kalitesi kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza göre değişebilir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“Çekim Gücü - ABD”***başlıklı reklamlarda, Türkiye’deki operatörlerin çekim gücü ile Amerika’daki operatörlerin çekim gücünün karşılaştırıldığı, ancak söz konusu rapordaki sıralamada **Türkiye’deki tüm operatörlerin** nüfus kapsama oranı ile Amerika’nın önünde yer aldığı belirtilmesine rağmen yalnızca Turkcell’e ait olmayan bu verinin Turkcell’e ait reklamlarda kullanılmasının diğer operatörlere ait ticari itibardan haksız şekilde yararlanmaya sebep olduğu,

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 8 inci, 11 inci, 18/1, 18/2, 18/6 ve 32 nci maddeleri,

* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2015/270**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“İnternet Hızı - Almanya”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2015 – 20.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“İnternet Hızı - Almanya”***başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“(…) – Şunu bi’ internete yükleyeyim (…) Yeterince çalışırsanız belki bizler kadar iyi bağlama çalabilirsiniz (…) – Haydaa, internet çekmiyor (…) Ama ne yaparsanız yapın, bizim kadar iyi internete sahip olamazsınız. Türkiye internetiyle Almanya’nın önünde… Tüm çabamız işte bunun için. Bu toprağın insanları tüm dünyaya örnek olsun diye.”***ifadelerine, altyazıda ise *“Bağımsız araştırma şirketlerinin ölçümlemelerine göre Turkcell’in ortalama 3G veri indirme hızı, Almanya’daki operatörlerin ortalama 3G veri indirme hızından daha yüksektir. 3G hizmet kalitesi kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza ve bağlanılan siteye göre değişebilir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“İnternet Hızı - Almanya”***başlıklı reklamlarda, Turkcell’in ortalama 3G veri indirme hızı ile Almanya’daki operatörlerin ortalama 3G veri indirme hızının karşılaştırıldığı ancak bilindiği üzere ilgili mevzuat gereği karşılaştırmalı reklamlara; nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan iddiaların; bilimsel test, rapor veya belgelerle ispatlanması halinde yer verilebilmekte olup, inceleme konusu reklamlarda, karşılaştırmaya dayanak oluşturan raporların gerçeği yansıtmadığı,

Bununla birlikte, anılan reklamlara konu olan karşılaştırma, Turkcell’in ortalama 3G veri indirme (download) hızı ile Almanya’daki operatörlerin ortalama 3G veri indirme (download) hızı arasında yapılıyor olmasına rağmen reklam içeriğinde veri yükleme (upload) görselleri kullanılarak bahsi geçen reklamlarda yer alan iddianın bu iddiaya dayanak oluşturmayan veriler ile desteklenmeye çalışıldığı ve bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 8 inci, 9 uncu, 18/1, 18/2, 18/6 ve 32 nci maddeleri,

* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 220.220-TL. (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2015/370**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Bol Kepçe Tarife Avea’dan Gelir”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2015, 14.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda;***“Merhaba ben John, İngilizim 4 senedir Türkiye’de yaşıyorum, çiğ köfte yapmayı bilmiyorum. Ben Mike, Amerikalıyım 1 yıldır Türkiye’de yaşıyorum, misket oynamayı bilmiyorum. Matthias ben, Almanım. 9 yıldır Türkiye’de yaşıyorum, bağlama çalmayı bilmiyorum ama Avea ile bol bol internete girmeyi, bol bol konuşmayı, çok iyi biliyorum. İngiliz de Amerikalı da Alman da olsa Avealılar bilir, bol kepçe tarife Avea’dan gelir. Her yöne 600 dakika, sınırsız SMS ve 3 GB internet Avea’da 35 TL. 12 ay sözünüze ve yeni gelene”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Bol Kepçe Tarife Avea’dan Gelir”*** başlıklı reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2014/1595**

**Şikayet Edilen: Turkcell İletişim HizmetleriA.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Kara Murat-Turkcell Video Teknolojisi”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Muhtelif

**Tespitler:** ***“Kara Murat-Turkcell Video Teknolojisi”*** başlıklı reklamlarda, ***“İnternette Turkcell farkı”*** ifadesine yer verildiğitespit edilmiştir.

### **Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, ***“İnternette Turkcell farkı”*** ifadesine yer verilerek bahse konu video teknolojisinin Turkcell’e özgü olduğu ve diğer GSM operatörlerinin altyapısında bulunmayan farklı bir hizmet verildiği izleniminin oluşturulduğu,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/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 **Turkcell İletişim HizmetleriA.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2014/1772**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Vodafone Red Tarife 2015 – Kardan Adam”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** TV, internet

**Tespitler:** 17.12.2014 tarihinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ***“Biz cep faturası yüzünden donduk. Bak bebişime kömür gözlüm lirası bitti dondu. (…)Siz Vodafone’lu değilsiniz o zaman. Ya Allah aşkına biz Vodafone’lu gibi mi gözüküyoruz. Çeker diye geçtik, çeken biz olduk. Fatura yüzünden anam evde, babam kahvede dondu kaldı, kardeşim otobüste dondu, interneti bitenler mail atarken dondu kaldı. Yetmiyormuş gibi, burnumuza kadar kazık soktular. Yetkililer bize bir çare. Çare Vodafone’da donup kalma devri bitti”*** ifadelerine yer verildiği, bununla birlikte ***“Yetmiyormuş gibi, burnumuza kadar kazık soktular”*** söylemine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusureklamlarda yer alan;***“Biz cep faturası yüzünden donduk. Bak bebişime kömür gözlüm lirası bitti dondu. (…)Siz Vodafone’lu değilsiniz o zaman. Ya Allah aşkına biz Vodafone’lu gibi mi gözüküyoruz. Çeker diye geçtik, çeken biz olduk. Fatura yüzünden anam evde, babam kahvede dondu kaldı, kardeşim otobüste dondu, interneti bitenler mail atarken dondu kaldı. Yetmiyormuş gibi, burnumuza kadar kazık soktular. Yetkililer bize bir çare. Çare Vodafone’da donup kalma devri bitti.”*** ifadeleri ile diğer GSM operatörleri tarafından sunulan hizmetler ile kıyaslama yapıldığı, rakip operatörlerden üstün olunduğu izlenimi oluşturularak diğer operatörlerin hizmetlerinin kötülendiği,

Bununla birlikte anılan reklamlarda yer alan ***“Yetmiyormuş gibi, burnumuza kadar kazık soktular”*** söylemiyle Türkçe dilinin düzeysiz ve argo biçimde kullanıldığı,

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, 14 üncü ve 21 inci maddeleri,

- Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun 8/m maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**8)**

**Dosya No: 2014/1791**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“TTNET Fibernet – Katlama Sanatı”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2014-10.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, açık hava

**Tespitler:** 23.12.2014-10.01.2015 tarihlerinde muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda;***“TTNET Fibernet yapınca katlamanın da sanatı oluyor kuzencim. Türkiye’nin fiber internet lideri TTNET katlama sanatı yapıyor, bağımsız bir araştırma şirketinin yaptığı hız ölçümlerine göre TTNET Fibernet en hızlıyım diyen mobil operatörden bile 3 kat daha hızlı... Sen TTNET’lisin internette çoook öndesin”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“TTNET Fibernet – Katlama Sanatı”***başlıklı reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadelerle fiber internet hizmeti ile mobil internet hizmetinin kıyaslandığı, ancak bilindiği üzere ilgili mevzuat gereği karşılaştırmalı reklamlara; aynı ihtiyaçları karşılayan ya da aynı amaca yönelik veya aynı nitelikte olan rakip mal veya hizmetlerin karşılaştırılması, dürüst rekabet ilkelerine uygun olması ve tüketicinin yanıltılmaması halinde yer verilebilmekte olup, inceleme konusu reklamlarda gerek aynı nitelikte olmayan ve gerekse aynı ihtiyacı karşılamayan, diğer bir ifadeyle hareket halindeyken internet hizmeti sağlayan mobil internet ile çok dar bir alanda internet hizmeti sunabilen fiber internetin karşılaştırılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer nitelikli firmalar arasında haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülgaTicari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 7/a, 7/c, 11 inci 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 **220.220-TL (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2015/220**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Baba Kampanya”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, internet

**Tespitler:** 2015 yılı içerisinde muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak;***“Biz de tüm aileyi bir araya getiren babalarımızdan ilham aldık Türk Telekom, TTNET ve Avea bir araya geldik çok baba bir kampanya hazırladık. Ev telefonu ve sabit interneti olan herkese % 40 indirim”*** ifadelerine; [www.avea.com.tr](http://www.avea.com.tr) adresli internet sitesinde ise *“Mevcut Avea faturalı müşterilerinden Üçlü Avantaj Kampanyasına kayıt (Üçlü Avantaj 1GB, Üçlü Avantaj 2GB, Üçlü Avantaj 4GB) toplamda 30.000 kişi ile sınırlıdır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu kampanya ile ilgili olarak kampanyadan ilk defa faydalanacak olan müşteriler için katılım ile ilgili herhangi bir sayı sınırlaması olmadığı dolayısıyla, *“Baba Kampanya”* başlıklı 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: 2014/987**

**Şikayet Edilen: Finans Yayıncılık Reklamcılık Hizmetleri**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.istanbulgunlugu.com](http://www.istanbulgunlugu.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Esteworld, Avrupa’nın en büyük estetik kompleksini yıl sonunda açıyor”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2013

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.istanbulgunlugu.com](http://www.istanbulgunlugu.com) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Esteworld, Avrupa’nın en büyük estetik kompleksini yıl sonunda açıyor”* başlıklı yazı içerisinde;

*“Esteworld Plastik Cerrahi Hastaneler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Tuncer, yıl sonunda Türkiye’nin en büyük estetik hastanesini açacaklarını söyledi. Mustafa Tuncer, “Bu hastane 4’üncü şubemiz olacak. 5 bin metrekare kapalı alanda faaliyet gösterecek. Hastanede 200 personel ve 20 doktor istihdam edeceğiz. 5 yıldızlı lüks otel hizmeti vereceğimiz bu hastane ile ayrıca Avrupa’nın en büyük estetik kompleksi olacağız” dedi. Esteworld Plastik Cerrahi Hastaneler Grubu, yurtiçindeki büyüme faaliyetleri kapsamında en büyük estetik hastanesini yıl sonunda hizmete açmaya hazırlanıyor.  Altunizade’de faaliyet gösterecek yeni estetik hastanesinde plastik cerrahi, medikal estetik ve dermatoloji uygulamalarının yanı sıra Esteworld’ün Bahçelievler, Etiler, Altunizade’deki diğer 3 şubesinden farklı olarak diş estetiği hizmeti de yer alacak. 5 yıldızlı hizmet Yeni hastanenin altyapı ve lokasyon olarak daha konforlu bir yapıya sahip olduğunu ifade ederek Esteworld Plastik Cerrahi Hastaneler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Tuncer, hastaneye gelenlerin sanki 5 yıldızlı lüks bir otelde konaklıyor gibi hizmet göreceklerini söyledi. Tuncer, en önem verdiğimiz konu bu. 5 yıldızdı otelde konaklayan insanlar, o otelleri neden tercih ediyorsa, hangi özellikler o insanları oraya çekiyorsa, biz yaptığımız hastanelerimizi de aynı kriterlere göre dizayn ediyor ve böyle hizmet veriyoruz” dedi. Doktorlarımız Avrupa’nın önünde Seçkin doktorlarla çalıştıklarını belirten Mustafa Tuncer, geçtiğimiz aylarda katıldıkları ABD’deki Bosley Kliniği’ndeki Saç Kongresi ve Stokcholm’deki Estetik Cerrahi Kongresi’nde kendi doktorlarının Avrupa’nın önünde olduğunu gözlemleme imkanı bulduklarını söyledi. Mustafa Tuncer, “Avrupa ve ABD’deki tesisleri gördükten sonra, altyapı ve kadro olarak ileride olduğumuzu tespit ettim. Ve bu bize ciddi bir özgüven kazandırdı. Dünyadaki üst düzey hastalara operasyon yapıp memnun edeceğimiz bir noktaya ulaştık” diye konuştu. Kapılarının kendini geliştirmek isteyen hekimlere açık olduğunu belirten Mustafa Tuncer, “Meksika’dan, Körfez ülkelerinden ve Avrupa’dan eğitim için gelen birçok doktor var. Biz tecrübelerimizi gönül rahatlığıyla paylaşıyoruz. Paylaştıkça da işimizin bereketlendiğine inanıyoruz. Bunlar ülkemiz ve kurumumuz için gurur verici gelişmeler” dedi. Dünyada 70 milyar dolarlık bir sağlık turizmi pastası var Yurt dışında sağlık turizmi yapan acentalarla çalıştıklarını belirten Mustafa Tuncer, ayrıca Dubai, Hollanda, Almanya, Azerbaycan ve Romanya’da da ofislerinin bulunduğunu söyledi. Tuncer şunları dile getirdi: “Estetik ihtiyacı olan kişiler bize başvuruyor. Doğru bilgi ve yönlendirmelerle onları ülkemize getirip estetik ihtiyaçlarına cevap veriyoruz. Gelen hastaya dil problemi yaşatmamak için hastayla ana dilinde iletişim kurabilecek sağlık danışmanlarımız var. Operasyon sonrası kontroller için de doktorlarımız yine hasta ile direkt iletişim halinde oluyor ve belli dönemlerde yine ofisleri ziyaret ederek hastalarla bir araya geliyor. Kurum olarak güvenli bir geçmişimiz var.” Dünyada yıllık 60-70 milyar dolarlık bir sağlık turizmi pastanın bulunduğunu ifade eden Mustafa Tuncer, bu pastadanTürkiye’nin ise 250-300 milyon dolar civarında bir pay aldığını dile getirdi. Tuncer, şunları söyledi: Önümüzdeki yıllarda bu oranın kat be kat artmaması için hiçbir sebep yok. Teknik altyapı, uzman kadro ve teşviklerle bu mümkün. Turizmden ülkemize 35 milyon insan geliyor ve 30 milyar dolar döviz bırakıyor. Sağlık turizmi için gelen turistin bıraktığı döviz daha fazla olacağından kurum ve ülkeyi tanıtmak için büyük çaba harcıyoruz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.istanbulgunlugu.com](http://www.istanbulgunlugu.com) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Esteworld, Avrupa’nın en büyük estetik kompleksini yıl sonunda açıyor”* başlıklı yazı içerisinde, mecra kuruluşu tarafından, haber verme ve yayma hakkı çerçevesinde, sağlık turizmine ilişkin sektörel haber niteliği taşıyan güncel bir yenilik hakkında tüketicilerin bilgilendirildiği; bununla birlikte, Esteworld Plastik Cerrahi Hastaneler Grubu adlı kuruluşa ilişkin ifadelerin anılan yazının içeriği ile uyumsuz, ölçüsüz ve abartılı bir biçimde konumlandırılmadığı; dolayısıyla, inceleme konusu yazının örtülü reklam unsurları taşımaması nedeniyle 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**BANKACILIK VE SİGORTACILIK HİZMETLERİ**

**11)**

**Dosya No: 2014/80**

**Şikayet Edilen: Denizbank A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Denizbank’ın kısa mesaj yolu ile gerçekleştirdiği tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Şikayete konu market, giyim ve restoran kampanyasında, 06 Kasım – 30 Kasım 2013 tarihleri arasında Market, giyim, restoran sektörlerinde tek seferde ve farklı günlerde yapılacak 3 defa 75 TL harcamaya 25 TL bonus hediye edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler değerlendirilmiş olup; kampanya içerisinde Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle inceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 16 ncı maddesine ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir

**12)**

**Dosya No: 2015/8**

**Şikayet Edilen: T Garanti Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“60 Money, Money Bonuslular’a İyi Gelecek!”*** şeklindeki kampanya kapsamında yapılan reklam ve ilanlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Radyo, Gazete ve İlan

**Tespitler: *“60. Yılımızda 60 Money, Money Bonuslulara İyi Gelecek”*** başlıklı kampanyaya ilişkin reklamların televizyon reklamı, radyo spotu, pop görseli olarak ve [www.moneyclubkart.com](http://www.moneyclubkart.com) adresli internet sitesinde 07.11.2014 ve 05.12.2014 tarihleri arasında yayımlandığı ve söz konusu reklamlarda;

*“Money Bonus 60 Money Kampanyası” başlığı altında “Kampanya 6 Kasım – 6 Aralık 2014 tarihleri arasında Money Bonus ile Migros, Tansaş, 5M Migros, Macrocenter, Migrosjet veya Migros Sanal market’ten farklı günlerde ve tek seferde 3 kere 100 TL ve üzeri alışveriş yapılması durumunda geçerlidir. Kampanyaya katılım için ilk harcamadan önce “MARKET” yazıp 3340’a SMS gönderilmelidir. Kampanya müşteri bazındadır. Kampanyadan her müşteri sadece bir defa faydalanabilir ve en fazla 60 TL Money kazanabilir. Kampanyaya tek ödemeli işlemler ve sanal pos işlemleri dahildir. Taksitli işlemler, ekspres limit ve ödül kullanımları kampanyaya dahil değildir. İade ve iptal işlemleri dikkate alınacaktır…Kampanyada işlemler Garanti POS’undan geçmelidir. Kampanyadan yararlanmak için işleme Money Bonus ile başlanması ve ödemenin de Money Bonus ile yapılması gerekmektedir.* ***Gönderilen SMS’ler, Garanti Bankası sisteminde bulunan ve harcama yapılan kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından gönderilmelidir.*** *Katılım SMS’leri operator tarifesinden ücretlendirilir. Detaylı bilgi için www.moneybonus.com.tr adresini ziyaret edebilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu kampanya ilanlarına istinaden bir tüketicinin Money Bonus özelliğine sahip ek kart niteliğindeki Garanti Bankası kredi kartı ile **söz konusu kampanyaya iştirak etmek üzere kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından SMS gönderdiği** ve **cevaben Bankanız tarafından *“Kampanyaya katılımınız için başvurunuz alınmıştır.”* şeklinde mesaj gönderilmesi sonucu** katılım sağlanarak söz konusu kredi kartı ile 6 Kasım – 6 Aralık 2014 tarihleri arası 100 TL üzeri üç alışveriş şartını yerine getirmiş olmasına rağmen kampanya gereği 16-26 Aralık 2014 tarihleri arasında **kredi kartına Money Bonus puanlarının yüklenmemiş olduğu,** başvuru sahibinin Garanti Bankası ile yaptığı görüşme sonucu ***“Katılım için gönderilen SMS’lerin harcama yapılan kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından gönderilmediği”*** gerekçesi ile kampanyaya katılımın gerçekleşmemiş olduğu bilgisi verilmişse de **başvuru sahibine ait telefon numarasının da söz konusu ek karta bağlı olduğu, nitekim bu telefon numarasına yukarıda bahsedildiği üzere “Kampanyaya katılım için başvurunun alındığına dair” bilgilendirme mesajı geldiği** tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“60. Yılımızda 60 Money, Money Bonuslulara İyi Gelecek”*** başlıklı kampanyaya ilişkin reklamların televizyon reklamı, radyo spotu, pop görseli olarak ve [www.moneyclubkart.com](http://www.moneyclubkart.com) adresli internet sitesinde 07.11.2014 ve 05.12.2014 tarihleri arasında yayımlandığı ve söz konusu reklamlarda;

*“Money Bonus 60 Money Kampanyası” başlığı altında “Kampanya 6 Kasım – 6 Aralık 2014 tarihleri arasında Money Bonus ile Migros, Tansaş, 5M Migros, Macrocenter, Migrosjet veya Migros Sanal market’ten farklı günlerde ve tek seferde 3 kere 100 TL ve üzeri alışveriş yapılması durumunda geçerlidir. Kampanyaya katılım için ilk harcamadan önce “MARKET” yazıp 3340’a SMS gönderilmelidir. Kampanya müşteri bazındadır. Kampanyadan her müşteri sadece bir defa faydalanabilir ve en fazla 60 TL Money kazanabilir. Kampanyaya tek ödemeli işlemler ve sanal pos işlemleri dahildir. Taksitli işlemler, ekspres limit ve ödül kullanımları kampanyaya dahil değildir. İade ve iptal işlemleri dikkate alınacaktır…Kampanyada işlemler Garanti POS’undan geçmelidir. Kampanyadan yararlanmak için işleme Money Bonus ile başlanması ve ödemenin de Money Bonus ile yapılması gerekmektedir.* ***Gönderilen SMS’ler, Garanti Bankası sisteminde bulunan ve harcama yapılan kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından gönderilmelidir.*** *Katılım SMS’leri operator tarifesinden ücretlendirilir. Detaylı bilgi için www.moneybonus.com.tr adresini ziyaret edebilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu kampanya ilanlarına istinaden bir tüketicinin Money Bonus özelliğine sahip ek kart niteliğindeki Garanti Bankası kredi kartı ile **söz konusu kampanyaya iştirak etmek üzere kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından SMS gönderdiği** ve **cevaben Bankanız tarafından *“Kampanyaya katılımınız için başvurunuz alınmıştır.”* şeklinde mesaj gönderilmesi sonucu** katılım sağlanarak söz konusu kredi kartı ile 6 Kasım – 6 Aralık 2014 tarihleri arası 100 TL üzeri üç alışveriş şartını yerine getirmiş olmasına rağmen kampanya gereği 16-26 Aralık 2014 tarihleri arasında **kredi kartına Money Bonus puanlarının yüklenmemiş olduğu,** başvuru sahibinin Garanti Bankası ile yaptığı görüşme sonucu ***“Katılım için gönderilen SMS’lerin harcama yapılan kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından gönderilmediği”*** gerekçesi ile kampanyaya katılımın gerçekleşmemiş olduğu bilgisi verilmişse de **başvuru sahibine ait telefon numarasının da söz konusu ek karta bağlı olduğu, nitekim bu telefon numarasına yukarıda bahsedildiği üzere “Kampanyaya katılım için başvurunun alındığına dair” bilgilendirme mesajı geldiği,**

Sonuç olarak firma tarafından yayınlanan söz konusu kampanyaya ilişkin televizyon ve radyo reklamlarında ek kart sahiplerinin hangi telefon numarası ile kampanyaya katılacaklarına ilişkin herhangi bir bilgi verilmeyerek tüketicilerin [www.moneybonus.com.tr](http://www.moneybonus.com.tr) adresli internet sitesine yönlendirildiği, [www.moneyclubkart.com](http://www.moneyclubkart.com) adresli internet sitesinde ise ***“Gönderilen SMS’ler Garanti Bankası sisteminde bulunan ve harcama yapılan kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından gönderilmelidir.”*** şeklinde bir ifadenin yer aldığı **ancak ek kart müşterisi bahsi geçen tüketici tarafından kartın bağlı olduğu cep telefonu ifadesinden, banka tarafından da pek çok bilgilendirmenin yapıldığı kendi cep telefonu numarasının algılanmış** olduğu, bu nedenle ***“harcama yapılan kartın bağlı olduğu cep telefonu numarasından”* ibaresinin yeterince açık ve anlaşılır olmadığının anlaşıldığı,**

**Diğer taraftan firma tarafından başvuru sahibi tüketici tarafından gönderilen SMS’e olumsuz cevap verilmemesi, kampanyaya katılımın gerçekleşmediğinin o anda bildirmemesi aksine banka tarafından katılımcıya başvurunun alındığına dair mesaj gönderilmesi, sonuç olarak, başvurana yanlış bildirim yapılması nedeniyle tüketicinin yanıltıldığı ve tüketici mağduriyetine yol açıldığı,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **T Garanti Bankası A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2015/20**

**Şikayet Edilen: ING Bank A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“ING Turuncu Hesap”*** isimli bankacılık ürününe ilişkin televizyon reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24 Ocak ve 3 Mart 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler: “ING Turuncu Hesap”** isimli bankacılık ürününe ilişkin televizyon reklamlarında;

5-6 yaşlarında 4 küçük çocuğun, parkta misket oynamak üzereyken yakınlarında bulunan bankta oturan bir kişinin ***“Heyy! Yapma küçük adam! Yapma! Ne güzel biriktirmişsin, bozma!”*** diye bağırarak çocukların yanına yaklaştığı ve reklamın akabinde çocuklardan birisi ile yanlarına gelen kişi arasında;

***“ - Benim babam biriktiriyor, ihtiyacı olunca kullanıyor, vadenin gelmesini beklemiyor.***

***- Babanla hava atma bana!***

***-Babamın Turuncu Hesabı var…”*** şeklinde bir diyaloğun geçtiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“ING Turuncu Hesap”** isimli bankacılık ürününe ilişkin televizyon reklamlarında;

5-6 yaşlarında 4 küçük çocuğun, parkta misket oynamak üzereyken yakınlarında bulunan bankta oturan bir kişinin ***“Heyy! Yapma küçük adam! Yapma! Ne güzel biriktirmişsin, bozma!”*** diye bağırarak çocukların yanına yaklaştığı ve reklamın akabinde çocuklardan birisi ile yanlarına gelen kişi arasında;

***“ - Benim babam biriktiriyor, ihtiyacı olunca kullanıyor, vadenin gelmesini beklemiyor.***

***- Babanla hava atma bana!***

***-Babamın Turuncu Hesabı var…”*** şeklinde bir diyaloğun geçtiği,

Yukarıda bahsi geçen televizyon reklamlarında rol alan çocukların, **etraflarında ebeveynleri olmadığı halde, tanımadıkları yabancı bir insanla iletişime geçerken görülmesinin, söz konusu reklamlara maruz kalacak olan aynı yaş grubundaki küçük çocuklar açısından *‘tanımadıkları insanlarla, yanlarında ebeveynleri yokken diyaloğa girebilecekleri’* algısı yarattığı**, bu durumunTicari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ***“Çocuklara yönelik reklamlar”*** başlıklı 24 üncü maddesinin *“ (1) Çocuklara yönelik olan veya çocukları etkileme olasılığı bulunan reklamlar ile çocukların oynadığı reklamlar:…* ***ç) Çocukları …tanımadıkları kişilerle ilişki kurmaya … teşvik edebilecek hiçbir ifade ya da görüntü içeremez***.” hükmüne aykırı olduğu,

Diğer taraftan, **küçük yaşta bir çocuğa kendi yaş grubuna yönelik olmayan bir bankacılık ürününün satın alınmasına dair ikna edici ifadeler kullandırılarak yapılan söz konusu televizyon reklamlarının*,*** Yönetmeliğin ***“Çocuklara yönelik reklamlar”*** başlıklı 24 üncü maddesinin ***“ı) Çocukları, bir mal veya hizmeti edinmek için, ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik edemez.”*** hükmüne de aykırılık teşkil ettiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-ç, ve 7/1, 7/2, 7/3 ve 24/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **ING Bank A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **220.220-TL (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**14)**

**Dosya No: 2014/1865**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Bingo Matik Sıvı Erguvan Esintisi”*** ve ***“Bingo Matik Sıvı Parfümsüz”*** isimli sıvı deterjan ürünlere ait ürün ambalajları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013-2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı.

**Tespitler:** “Bingo Matik Sıvı Erguvan Esintisi” ve “Bingo Matik Sıvı Parfümsüz” isimli ürünlerin paketlerinin arka etiket yüzünde “Sabun Bazlı” ibaresinin yer aldığı, ürünlerin etiketlerinde yer alan içerik bilgileri incelendiğinde, ürünlerin içerdiği yüzey aktif maddelerin oranının; %5-15 oranında Aniyonik aktif madde ve %5-15 oranında ise Noniyonik aktif madde olmak üzere toplamda %10 ila %30 arasında değiştiği, buna karşılık ürünlerin içeriğinde yer alan sabun miktarının ise %5’den daha az olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Bingo Matik Sıvı Erguvan Esintisi”*** ve ***“Bingo Matik Sıvı Parfümsüz”*** isimli ürünlerin paketlerinin arka etiket yüzünde ***“Sabun Bazlı”*** ibaresinin yer aldığı, ürünlerin etiketlerinde yer alan içerik bilgileri incelendiğinde, ürünlerin içerdiği yüzey aktif maddelerin oranının; %5-15 oranında Aniyonik aktif madde ve %5-15 oranında ise Noniyonik aktif madde olmak üzere toplamda %10 ila %30 arasında değiştiği, buna karşılık ürünlerin içeriğinde yer alan sabun miktarının ise %5’den daha az olduğu, bu bağlamda “**sabun bazlı” ifadesinin kullanılabilmesi için ürün bileşiminde kullanılan sabun oranının yüzey aktif maddelerden daha fazla olması gerektiği,** **bu nedenle sabun ve yüzey aktif maddelerin ürün içeriğindeki kullanım miktarları kıyaslandığında “sabun bazlı” ifadesinin kullanımının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu,**

Açıklanan nedenlerle inceleme konusu ürün etiketlerinde yer alan “sabun bazlı” ifadesinin;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**15)**

**Dosya No: 2014/1193**

**Şikayet Edilen: Elif Bitkisel Ürünler Sağlık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.dizyap.com adresli internet sitesinde “Diz-Yap Masaj Kremi” isimli kozmetik ürünün satışına yönelik yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dizyap.com adresli internet sitesinin 06.12.2013 tarihli görünümünde yer alan “Diz-Yap Masaj Kremi” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Diz-yap Eklem Masaj Kremi İle Eklem Ağrılarına Son !”* ve *“Diz-Yap Krem: Eksilen eklem sıvısının yeniden oluşmasını sağlar. Eklemlerde ve kaslarda oluşan ağrıları yok eder.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.dizyap.com adresli internet sitesinin 06.12.2013 tarihli görünümünde yer alan “Diz-Yap Masaj Kremi” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Diz-yap Eklem Masaj Kremi İle Eklem Ağrılarına Son !”* ve *“Diz-Yap Krem: Eksilen eklem sıvısının yeniden oluşmasını sağlar. Eklemlerde ve kaslarda oluşan ağrıları yok eder.”* ifadelerinin yer aldığı,

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 **“*Eklem Ağrılarına Son !”*** ve ***“Eksilen eklem sıvısının yeniden oluşmasını sağlar. Eklemlerde ve kaslarda oluşan ağrıları yok eder.”* ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

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

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

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

- 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, reklam veren **Elif Bitkisel Ürünler Sağlık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ve 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddesi uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2014/1399**

**Şikayet Edilen: Gruppal İnternet Hizmetleri ve Turizm Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gruppal.com adresli internet sitesinde yer alan “Bonal-F Plus Gel” isimli kozmetik ürünün satışına yönelik yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gruppal.com adresli internet sitesinin 14.11.2013 tarihli görünümünde yer alan ***“Bonal-F Plus Gel”*** isimli kozmetik ürünün satışına yönelik yapılan tanıtımlarda; *“Günün Fırsatı: Vücudunuzdaki* ***çatlaklardan kolayca kurtulmanızı sağlayacak*** *Bonal-F Plus Gel sadece 54.90 TL!...****Çatlakları giderir,******kırışıklıkları önler,*** *cildi güçlendirir, sağlık kazandırır…****Anti selülit****…****Çatlaklarınızdan kurtulun****, yaza özgür girin!”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.gruppal.com adresli internet sitesinin 14.11.2013 tarihli görünümünde yer alan ***“Bonal-F Plus Gel”*** isimli kozmetik ürünün satışına yönelik yapılan tanıtımlarda; *“Günün Fırsatı: Vücudunuzdaki* ***çatlaklardan kolayca kurtulmanızı sağlayacak*** *Bonal-F Plus Gel sadece 54.90 TL!...****Çatlakları giderir,******kırışıklıkları önler,*** *cildi güçlendirir, sağlık kazandırır…* ***Anti selülit****…* ***Çatlaklarınızdan kurtulun****, yaza özgür girin!”* ifadelerinin yer aldığı,

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 **“*Çatlakları giderir”, “kırışıklıkları önler”, “Anti selülit”*** ve ***”Çatlaklarınızdan kurtulun.”* ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

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

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

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

- 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, reklam veren **Gruppal İnternet Hizmetleri ve Turizm Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ve 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddesi uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2013/1139**

**Şikayet Edilen: Amway Türkiye Ltd.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.09.2013, 19.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Amway”* markalı ürünlere ilişkin olarak www.amway.com.tr adresli internet sitesinde; “***ZOOM™ Konsantre Sprey Temizleyici****ağır kirler için idealdir. Zift ve yağ lekelerini bile çıkarır.* ***AMWAY™ Jel Fırın Temizleyicisi****fırının içerisindeki yanmış yiyecek kalıntılarını 30 dakika içinde kaldırır ve yumuşatır.* ***ARTISTRY IDEAL RADIANCE*** *Bu çok konsantre formül en inatçı koyu lekeleri ve renk farklılaşmasını yok etmek için çalışarak daha dengeli ve parlak bir cilt tonu yaratır. Lekeler için Aydınlatıcı en inatçı koyu lekeleri ve renk farklılaşmasını hedef almak üzere formüle edilmiştir. Sabah ve akşam kullanılmak için tasarlanan bu konsantre formül iki saat gibi kısa bir sürede cilt yüzeyinin en çok etkilenen tabakalarına derinlemesine ulaşarak bir gün gibi bir sürede cildin renk farklılaşması faaliyetlerine etki eder. \*Sonuç ölçülebilen düzeyde daha açık ve daha parlak cilt, dengeli cilt rengi ve artan ışıltıdır.* ***ARTISTRY IDEAL RADIANCE Aydınlatıcı Yoğun Nemlendirici Krem*** *cilt tonunun eşitliğini geliştirmek, renk farklılıklarını düzeltmek ve aydınlığı desteklemek için çalışır, bütün bunları yaparken cildi nemlendirerek su desteği sağlar. Aydınlatıcı Yoğun Nemlendirici Krem gün boyunca nem seviyesinde hızlı bir artış sağlar, ışıltıda gelişme sağlanmasına yardım eder ve cildin aydınlık görüntüsüne katkı yapar. Gece boyunca susuzluğu önler, cildin ertesi güne zinde, sağlıklı ve karşılaşacağı sorunlara hazır duruma gelmesini sağlar.* ***ARTISTRY IDEAL RADIANCE™ Aydınlatıcı Öz;*** *Renk farklılıklarını önemli ölçüde azaltan ve nem düzeylerini hızla artırarak benzersiz parlaklık gücü sağlayan ipeksi, çabuk emilen bir konsantre. Sonuçta cilt daha duru, eşit renkli ve ışıltılı görünür.****ARTISTRY IDEAL RADIANCE™ Power System;*** *Daha aydınlık ciltten fayda sağlamak için gereken şey sadece 7 gündür - ARTISTRY IDEAL RADIANCE Power System güçlü bitkiselleri bilimsel buluşlarla birleştirerek cilt aydınlığını ortaya çıkarır. Bu güçlü fakat nazik cilt bakım sistemiyle koyu lekelere ve renk farklılaşmasına elveda deyin.* ***ARTISTRY IDEAL RADIANCE Power System Aydınlatıcı Öz,*** *Lekeler için Aydınlatıcı ve Aydınlatıcı Yoğun Nemlendirici Kremi bir araya getirerek cilt yüzeyinin 3 katmanını hedefleyen aydınlatıcı bir deneyim sunar, koyu lekelerin ve renk farklılığının görünüşünü azaltır, cilt tonunun eşitliğini geliştirir ve cildin iç ışıltısının ortaya çıkacağı noktaya ihtiyaç duyulan nemi sağlar.****ARTISTRY YOUTH XTEND Power Sistem -2;*** *ARTISTRY YOUTH XTEND  serisinin Koruyucu Losyon, Yoğun Besleyici Gece Losyonu, Yoğun Besleyici Göz Kremi ve Konsantre Serumdan oluşan dört en etkili ürününün güçlü bir bileşimi olan Power System'i - sadece bir hafta - kullandıktan sonra daha genç görünen cildi hissedeceksiniz. ARTISTRY YOUTH XTEND Power System erken yaşlanma belirtileri geciktirici cilt bakımında bir devrimdir - dört çok etkili ürünün güçlü bileşimini kullanarak insanlar bir hafta gibi kısa bir sürede hemen fark edilen daha genç görünen cildi hissedecekler. Hızlı sonuçlar verdiği kanıtlanmış olan Power System beslenme, nemlenme ve koruma yönünden optimum bir karışımdır. Hızlı sonuçlar almak isteyen ve ciltlerinin görünüşünü geliştirmeye çalışanlar için Power System cilt bakım rejimine 'mutlaka' eklenmesi gereken bir unsurdur. ARTISTRY YOUTH XTEND Power System -1;  ARTISTRY YOUTH XTEND  serisinin Koruyucu Krem, Yoğun Besleyici Gece Kremi, Yoğun Besleyici Göz Kremi ve Konsantre Serumdan oluşan dört en etkili ürününün güçlü bir bileşimi olan Power System'i - sadece bir hafta - kullandıktan sonra daha genç görünen cildi hissedeceksiniz.****ARTISTRY™ YOUTH XTEND™ Yumuşatıcı Tonik;*** *Tüm cilt tipleri için ideal Artistry’nin Youth Xtend Yumuşatıcı Tonik ürünü cildi devrimci Youth Xtend serisi ürünlerinin sağlayacağı erken yaşlanma geciktirici faydalara mükemmel bir şekilde hazırlar. Her günün başlangıcında ve sonunda kullanmak için tasarlanan Yumuşatıcı Tonik değerli nemin ciltte tutulmasına yardım eder, cildi pürüzsüzleştirir ve yumuşatır, böylece cildi yumuşak ve güçlü hissedilir bırakır ve genç bir görünüm sağlamak üzere bir sonraki aşamaya hazırlar.****ARTISTRY™ YOUTH XTEND™ Konsantre Serum;*** *Nadir ve değerli bileşenlerle formüle edilen güçlü erken yaşlanma geciktirici serum, ince çizgilerin ve kırışıkların görünüşünü rahatlatır**ve cildin daha uzun süre genç kalmasına yardım eder. Bütün cilt tipleri için ideal Artistry'nin Youth Xtend Konsantre Serumu cildin geleceğini yeniden programlamaya yardım için özel olarak formüle edilmiştir. Cildi besler ve güçlendirir, daha sağlıklı, daha yumuşak ve daha parlak görünür*ve*hissedilir durumda bırakır. Fevkalade etkin erken yaşlanma geciktirici bir ürün olan Konsantre Serum ince çizgilerin ve kırışıkların görünüşünü hedef alır ve etkin bir şekilde rahatlatarak**daha genç bir görünümü destekler ve artırır.****ARTISTRY™ YOUTH XTEND™ Koruyucu Krem;*** *normal ve kuru cildi günlük yıpratıcı çevresel hasar ve erken yaşlanma etkilerine karşı korumak için özel olarak formüle edilmiştir. Sabah kullanıldığında Koruyucu Krem SPF 15 içerir ve doğal yumuşatıcıların ve antioksidanların benzersiz bileşimi hızlı tempolu yaşamsal ve çevresel zararlara**karşı  tüm gün boyunca koruma sağlar.* ***ARTISTRY™ YOUTH XTEND™ Yoğun Besleyici Gece Losyonu****; Cildin**daha uzun süre daha genç görünmesine yardım eden lüks ve hafif bir losyon. Akşamları uygulanan bu hafif  losyon gece boyunca çalışır ve cildinizin**geleceğini yeniden programlar, ince çizgilerin ve kırışıkların görünüşünü rahatlatır. Yoğun Besleyici Gece Losyonu bütün bunları konsantre dozda nem sağlayarak ve cildi daha taze görünür ve daha güçlü hissedilir tutarak gerçekleştirir.* ***ARTISTRY™ YOUTH XTEND™ Köpüklü Temizleyici;*** *Nazik fakat tamamen etkili Artistry Youth Xtend Köpüklü Temizleyici makyajı ve gündüz ve gece boyunca birikmiş olan gözenekleri tıkayan kirleri yok etmek için lüks bir yöntemidir. Tüm cilt tipleri için uygun Köpüklü Temizleyici cildi temizlemekle kalmaz aynı zamanda rahatlatır ve yumuşatır. Ayrıca temizleyici ürün zengin, lüks bir köpüğe dönüştüğünde nemlendirici bileşenler etkinleşir ve temiz cilde doğrudan ulaşarak maksimum emilimi ve nemlenmeyi garantiler.****ARTISTRY™ YOUTH XTEND™ Koruyucu Losyon;*** *Hafif, antioksidanlarca zengin gündüz losyonu cilde çevresel hasara karşı kalkan işlevi sunar, ince çizgilerin ve kırışıkların önlenmesine yardımcı olur.* ***ARTISTRY™ YOUTH XTEND™ Yoğun Besleyici Göz Kremi;*** *Zengin nemlendirici krem göz çevresindeki hassas cilt üzerinde bulunan ince hatların ve kırışıkların görünüşünü rahatlatarak**parlak, genç bir görünümü destekler. Sabah veya akşam kullanmak için tasarlanan Yoğun Besleyici Göz Kremi doğa ile bilimin güçlerini birleştirerek cildi**onarır.* ***ARTISTRY YOUTH XTEND Yoğun Besleyici Gece Kremi*** *cildinizin geleceğinin yeniden programlanmasına yardım için gece boyunca çalışır. Güçlü doğal bileşenlerle ileri bilimsel formülün hassas dengesi gece boyunca cildin yeniden canlanmasına, nemlenmesine ve güçlenmesine yardım eder.****ARTISTRY™ essentials Yenileyici Göz Kremi;*** *Göz çevresindeki koyu halkaların, göz altı şişkinliğinin ve göz kenarı bölgesindeki ince çizgilerin görünüşünü rahatlatan hafif, yağ içermeyen bir göz çevresi  nemlendiricisi.* ***ARTISTRY™ essentials Anti Blemish;*** *ARTISTRY essentials Cilt Lekelerine Karşı Etkili Jel cildi durulayan, cildi zenginleştiren bir bakım ürünü olarak lekelerin giderilmesine ve önlenmesine yardım ederken cildi yatıştırır ve rahatlatır. Hedefe yönelik bu bakım lekelerle nokta savaşı yapar ve sivilcelerin cilt yüzeyine çıkmasını önler.* ***ARTISTRY™ Creme LuXury Göz Kremi;*** *özgün bir bileşenler karışımı kullanarak en son teknolojiyi sunan zengin ve lüks bir nemlendirici kremdir. Lüks doku, yüksek kaliteli ambalaj ve dönüşüm yaratan sonuçlarla göz çevresinde  360 derece kapsamlı erken yaşlanma karşıtı bakım sağlar.****ARTISTRY™ Intensive Skincare 14 gece özel onarım programı;*** *Kendi evinizin rahat ortamında profesyonel bir cilt yenileme kürünün tüm faydalarını sunan ARTISTRY Intensive Skincare 14 Gece Özel Onarım Programı size daha genç görünen bir cilt sağlamak üzere tasarlanan en son buluşumuzdur.  Üç ayda bir uygulanan bu yoğun kür mevcut hasarı düzelten normal onarım sürecine göre daha hızlı hareket ederken aynı zamanda gelecek hasarlara karşı cildin savunmasına yardım eder ve cildin günlük bir bakım rejimine tepkisini güçlendirir.* ***ARTISTRY Intensive Skincare Yenileyici Peeling,*** *heyecan verici yeni Intensive Skincare serimiz kapsamında çıkarılan ilk üründür. Intensive skincare ürünlerinin tümü olgun ciltlerin ince çizgiler ve kırışıklıklar, sarkmalar, cilt rengi dengesizlikleri ve pürüzlü cilt dokusu gibi kendine özgü sorunlarını ve yaşlandıkça bütün kadınların eninde sonunda karşı karşıya kaldığı diğer sorunları özel olarak hedefleyen, erken yaşlanmaya karşı etkili ileri düzeyde faydalar sunarlar. Ürünün altı hafta süresince haftada iki kez kullanılması, yaşlanmakta olan cilde aşağıdaki ekstra faydaları sağlar: Sıkılık derecesinde gelişme-Cilt duruluğunda artış-İnce çizgilerin görünümünde rahatlama-Daha renk dengeli bir cilt tonu- Yaşlılık lekelerinin görünümünde azalma.* ***ARTISTRY essentials Alfa Hidroksi Serum;*** *Acerola kirazlarından üretilen AHA’lar cildin ölü tabakasının soyulmasına yardımcıolur ve doğal bir anti-oksidan kaynağı sağlar.* ***ARTISTRY SPF 15 El Kremi;*** *Yaşlanmaya meydan okuyan bu el bakım ürünü  ellerinizi derhal nemlendirir, onarır ve korur. El  Kremi ince çizgilerin görünüşünü azaltır, güneş  lekelerini yok eder ve lekelerin oluşmasını  önlerken elleri neme doyurur.* ***ARTISTRY Creme LuXury;****cildin 15 yıla kadar daha genç görünmesine yardım eder. ARTISTRY Creme LuXury cilt bakım ürünü ile eşi görülmemiş performansı ve cilt değişimindeki son mükemmelliği görün. Prestijli cilt bakımının geleceğini tanımlar. Bilim ve teknolojideki en ileri keşifleri uygulayarak cildinizin daha genç görünmesine yardım eder. Klinik testlerden geçmiştir.* ***Vitamin C and Wild Yam;*** *Hassas göz bölgesi, dudak/ağız bölgesindeki kırışıklıklar için özel olarak geliştirilmiş yağ içermeyen bölgesel bir kür****. ARTISTRY Cildi Tamamlayıcı Losyon;*** *hafif bir losyon olup, cildin doğal yenilenme sürecini hızlandırarak, daha genç görünen bir cilt yaratır. Uygulandığında cilt dokusunda derhal göze çarpan bir gelişme sağlar. İnce çizgilerin görüşünü azaltır, cildin rengini ve ışıltısını geliştirir.* ***Beautycycle™ Nemlendirici ve Yenileyici Gündüz Kremi;*** *Geniş Aralıklı SPF 15 UVB/UVA cildin çevresel hasara ve serbest radikal hasarına karşı korunmasına yardım eder.* ***Beautycycle™ Nemlendirici ve Yenileyici Gece Kremi;*** *Nem bağlayıcı elementler cildin sıkılaşmasına yardım ederken Glükosamin, Deniz Bitkiselleri ve Maya Özütü siz uyurken cilt renginin dengelenmesine yardım eder. Cilde bir gecelik antioksidan E Vitamini ve yumuşatıcı B Vitamini dozu sağlar. Nem tutulmasından kaynaklanan kuruluğun neden olduğu ince çizgilerin kaybolmasına yardım eder.* ***Beautycycle™ Erken yaşlanmaya karşı tonik;*** *Antioksidan E Vitamini içeren bu ferahlatıcı tonik serbest radikal hasarına karşı bir koruma kalkanı oluşmasına yardım ederken oksijen veren elementler gözle fark edilebilen yaşlanma belirtileri ile savaşa yardım eder ve cilde ışıltısını geri kazandırır.* ***Beautycycle™ Erken yaşlanmaya karşı göz kremi;*** *Enerji veren elementler içeren bu hafif, serinletici krem, A, B, E Vitaminleri ve Echinacea ile birleşerek hassas göz bölgesinin tazelenmesine yardım eder. Koyu renkli doku ve şişkinlik gözlerden uzak kalırken, kırışıklarda rahatlama görülür.* ***Beautycycle™ Erken yaşlanmaya karşı onarıcı gündüz kremi SPF 15;*** *Cildin daha derin soluk almasını ve daha genç görünmesini sağlar. Oksijen veren elementler cildin güçlenmesine yardım eder, gözle fark edilebilen yaşlanma belirtileri ile savaşır ve ileride oluşabilecek yaşlanma belirtilerinin önlenmesine yardım eder. Daha az gözle fark edilebilen ince çizgiler nedeniyle cilt daha sağlıklı hissedilir. E vitamini tahriş olmuş cildin yatışmasına yardım eder. Geniş aralıklı SPF 15 UVB/UVA cildin çevresel hasara ve serbest radikal hasarına karşı korunmasına yardım eder. Cilt bakımlı hissedilir ve aydınlık görünür.* ***SATINIQUE™ Boyalı Saçlar için Onarıcı Saç Kremi;*** *Şampuan ve saç kremi sistemi nazik temizlik ve kremleme sağlayarak saçı korur, güçlendirir ve onarırken saç renginin korunmasına ve parlaklığın artmasına yardım eder. Sorunlu saç dirilir. Renk daha uzun süre daha aslına yakın durumda kalır. SATINIQUE™ Boyalı Saçlar için Onarıcı Sistem hasarlı veya boyayla işlem görmüş saçlar için mükemmeldir.* ***SATINIQUE Saç Derisi Serumu;*** *Saçınız ve saç deriniz için güzel ve uzun süreli bir çözüm! SATINIQUE Saç Derisi Serumu daha güçlü, daha düzgün, daha sağlıklı görünen saçlar yaratılmasına yardım etmek için saç derinizin yumuşaklığını geliştirmek üzere hızla çalışır. Gözle fark edilebilen sonuçlar: Tek bir uygulama bile saçı ipeksi bırakır – saç büyük oranda düzgündür ve taranması çok daha daha kolaydır! 15 günlük Yeniden Canlandırma Planının (gün aşırı kullanım) takip edilmesinden sonra kullanıcıların kuru saç derisi dökülmesinde\* önemli ölçüde azalma görülmüştür.  İlk saat içinde nemlenmede maksimum seviyede artış görülmüştür – nemlenme 24 saate kadar dayanır!* ***SATINIQUE™ Çift Etkili Koruyucu Sprey;*** *her uygulanışında saçları UV ışınlarının ve başka ışınların zararlı etkilerinden korur.* ***SATINIQUE™ Saç Dökülmesine Karşı Saç Kremi;*** *Şımartıcı şampuan ve saç kremi saç derisine\* enerji verir ve uyarır, böylece daha dolgun, daha kalın görünen saçı destekler ve kırılma nedeniyle gerçekleşen saç kaybının azalmasına yardım eder. Saçı eski, doğal, sağlıklı görünen durumuna geri döndüren ENERJUVE içerir.* ***TOLSOM******- Cildi Rahatlatıcı Losyon;*** *Cilt bakımına TOLSOM Cildi Rahatlatıcı  Losyon ile başlayın, cilt dokunuzda derhal  bir gelişme fark edeceksiniz. Bunun  nedeni, doğal cilt yenileme sürecini  güçlendiren patent başvurusu yapılmış,  özgün, asit içermeyen teknolojidir.  Özellikle erkekler için formüle edilmiş – ferah  narenciye kokulu ve sekiz nemlendirici, iki yağ  kontrol edici bileşene sahip T-10 Kompleksi ile  formüle edilmiş olan bu üstün performanslı losyon  cildi pürüzsüzleştirir ve nemlendirir.  Düzenli kullandığınızda cilt renginizin hızla geliştiğini fark  edeceksiniz. Çevrenizdeki insanlar da bu gelişmeyi fark  edeceklerdir.* ***BODY SERIES/Ferahlatıcı Kokulu Terlemeye Karşı Roll-On Deodorant;*** *48 saat boyunca istenmeyen kötü kokulara karşı koruyan roll-on başlıklı deodorant ve ter önleyici.* ***BODY SERIES - Nemlendirici El ve Vücut Losyonu;*** *Bu losyon, 2 saat içerisinde ciltte olumlu etkiler yapabileceğini ispatlamak üzere klinik testlerden geçirilmiştir. Cildi güneşin zararlı UVA ve UVB ışınlarına karşı korur.* ***BODY SERIES - Ferahlatıcı Kokulu Terlemeye karşı Deodorant Sprey;*** *48 saat boyunca istenmeyen kötü kokulara karşı koruyan ter önleyici sprey deodorant.* ***GLISTER Çok İşlevli Florürlü Diş Macunu;***  *dişleri temizleyen, parlatan, diş lekelerini yok eden, nefesi ferahlatan, bakteri plaklarıyla savaşan ve çürüklerin oluşumunu önlemeye yardımcı olan çok özel bir formül olarak üretilmiştir. GLISTER ağız bakım ürünleri, diş çürüklerini ve dişeti hastalıklarını önlemek üzere mükemmel çalışarak bütün aileniz için ağız sağlığı ve hijyeni sağlar. Dişlerin ve dişetlerinin nasıl sağlıklı tutulabileceği ve plak birikiminin nasıl önlenebileceğine yönelik yıllar süre araştırmalar sonucunda, en çok satan florürlü diş macunumuz, Geliştirilmiş Diş Fırçası, çocuklar için titizlikle tasarlanmış diş fırçalarımız, Ferahlatıcı Ağız Spreyi, Konsantre Ağız Bakım Suyu ve GLISTER Diş İpi de dahil olmak üzere yüksek etkinlik seviyesine sahip ağız sağlığı ürünlerimiz ortaya çıkmıştır. Etkili leke çıkarma ve diş minesine zarar vermeden parlatma için geliştirilmiş GLISTER Florürlü Diş Macunu, çay, kahve ve tütün lekelerini çıkararak, dişlerinizi bembeyaz, gülümsemenizi daha parlak kılar. Plak oluşumuna neden olan bakterileri önlemek üzere cila etkisi yaratan ürünümüz diş çürümelerinin ve dişeti hastalıklarının önlenmesine yardımcı olur. GLISTER ağız bakım ürünleriyle plak oluşumunu azaltın ve nefesinizi ferahlatın****. The eSpring™ Su Arıtma Sistemi*** *…ve sudaki bakteri ve virüsleri yok eder.(…)olası 140'tan fazla sağlığa zararlı kirleticileri yok eder. Su arıtma kartuşunun içindeki ultraviyole ampul, içme suyumuzda mevcut olması olası bakteri ve virüslerin %99.99'undan fazlasını öldürür.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Amway”* markalı ürünlere ilişkin olarak www.amway.com.tr adresli internet sitesinde, “***ZOOM™ Konsantre Sprey Temizleyici***, ***AMWAY™ Jel Fırın Temizleyicisi, ARTISTRY IDEAL RADIANCE, ARTISTRY YOUTH XTEND, ARTISTRY™ Essentials, ARTISTRY™ Creme LuXury, ARTISTRY™ Intensive Skincare, ARTISTRY SPF 15 El Kremi, Vitamin C and Wild Yam, ARTISTRY Cildi Tamamlayıcı Losyon, Beautycycle™, SATINIQUE™, TOLSOM, BODY SERIES, GLISTER”*** markalı ürünlere ilişkin olarakyukarıda belirtilen ispata muhtaç ifadelere yer verildiği ancak tüm bu iddiaların “bilimsel çalışma” ve “test sonuçları” ile ispatlanamadığı,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde yer alan “*The eSpring™ Su Arıtma Sistemi”* markalı ürüne ilişkin olarak; *“The eSpring™ Su Arıtma Sistemi ….ve sudaki bakteri ve virüsleri yok eder.(…)olası 140'tan fazla sağlığa zararlı kirleticileri yok eder. Su arıtma kartuşunun içindeki ultraviyole ampul, içme suyumuzda mevcut olması olası bakteri ve virüslerin %99.99'undan fazlasını öldürür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak tanıtımlarda yer alan ifadelerin **“aktif madde içermeyen biyosidal ürünler”** için kullanılabileceği, söz konusu ürünlerin piyasaya arzı ve reklamının yapılabilmesi için de Sağlık Bakanlığına bildirimde bulunma zorunluluğu olduğu; ancak söz konusu ürün için bildirim yapılmadan reklam ve tanıtım yapıldığı, dolayısıyla bahse konu tanıtımların;

- Aktif Madde İçermeyen Biyosidal Ürünler Tebliğinin 6, 14 ve 15inci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Amway Türkiye Ltd.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2014/34**

**Şikayet Edilen: Nermin YILMAZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.11.2013, 17.03.2014, 14.05.2014 ve 04.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ilacpedia.com adresli internet sitesinde ***“Ave Jel Krem”*** isimli ürüne ilişkin olarak; *“Eklemleri destekleyici maddeler olan Glukozamin ve Kondroitin ile  
birlikte, doğal onarıcı esansiyel yağların (zencefil, okaliptus, rezene, lavanta,  
ceviz, mentol, portakal yağları) karışımını içermektedir. Glukozamin ve Kondroitin vücudumuzdaki bağ dokusunun iki temel yapı taşı olup, eklemlerimizin vazgeçilmez elemanlarıdır.Bu iki molekül osteoartrit'in olumsuz etkilerini azaltmakta ve kıkırdak yapısını güçlendirmektedir. Glukozaminin eklemlerdeki en önemli fizyolojik fonksiyonu kıkırdak bileşiklerinin oluşumunu ve kıkırdağa kükürt girişini sağlamaktadır. Sonuç olarak kıkırdağın sadece oluşumunda değil beslenmesinde de önemli bir yol oynar. Kondroitinin osteoartritin semptomlarını azaltıcı, ilerleyişini yavaşlatıcı veya tersine çevirici etkisi vardır. AVE JEL KREM, Sağlıklı eklem fonksiyonu ve kıkırdak harabiyetinin engellenmesinde katkıda bulunmak amacı ile, özellikle osteoartrit tedavisine yardımcı olarak kullanılır.”* şeklinde, ***“Chondurax Jel”*** isimli ürüne ilişkin olarak; *“Eklemleri destekleyici maddeler olan glukosamine ve chondroitin ile birlikte doğal onarıcı esansiyel yağların (zencefil, okaliptus, rezane, lavanta, ceviz, mentol, portakal yağları) karışımını içermektedir. Glukosamine ve chondroitin vücudumuzdaki bağ dokusunun iki temel yapı taşı olup eklemlerimizin vazgeçilmez elemanlarıdır. Bu iki molekül osteoartritin olumsuz etkilerini azaltmakta ve kıkırdak yapısını güçlendirmektedir. Glukosamine eklemlerdeki en önemli fizyolojik fonksiyonu kıkırdak bileşiklerinin oluşumunu ve kıkırdağa kükürt girişini sağlamaktadır. Sonuç olarak kıkırdağın sadece oluşumunda değil, beslenmesinde de önemli bir rol oynar. Chondroitinin osteoartritin semptomlarının azaltıcı, ilerleyişini yavaşlatıcı veya tersine çevirici etkisi vardır. Chondurax jel krem; sağlıklı eklem fonksiyonu ve kıkırdak harabiyetinin engellenmesinde katkıda bulunmak amacı ile özellikle osteoartrit tedavisine yardımcı olarak kullanılır.”* şeklinde, ***“Gazason Masaj Yağı”*** isimli, ürüne ilişkin olarak *“GAZASON bebek masaj yağı ile yapacağınız masaj bebeğinizin gaz ve gaz ağrılarını önlemeye yardımcı olarak bebeğinizi rahatlatır.”* şeklinde ve ***“Gold Lanolin Krem”*** isimli ürüne ilişkin olarak; *“…Gerek su emme özelliği gerekse diğer özellikleri sayesinde yumuşatıcı, yatıştırıcı ve yara iyileştirici olarak kullanılır. Gold lanolin burada yer almayan diğer tedavi edici amaçlar için de kullanılıyor olabilir”* şeklinde,

***“Zincomega Şurup”***isimli ürüne ilişkin olarak; *“ZİNCOMEGA® Şurup, çocuklarda zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine ve enerji metabolizmasına yardımcıdır. ”* şeklinde ve ***“İmmuzinc Kapsül”*** isimli ürüne ilişkin olarak; *“İmmuzinc Kapsül beta glukan, ekinezya, propolis, mürver, çinko ve C vitamini’nden oluşan bir kapsüldür. İmmuzinc Kapsül bağışıklık sistemini güçlendiren; vücudun enfeksiyonlara ve dış uyaranlara karşı daha dirençli olmasına yardımcı olan bir üründür. Beta glukan vücut direncini artırarak, bağışıklık sistemini güçlendiren bir etken maddedir. Beta glukan insanlarda gelişen enfeksiyonlara karşı savunmadan sorumlu beyaz kan hücrelerini aktive eder ve beyaz kan hücrelerinin daha etkin savunma yapmasını sağlar. Ekinezya bağışıklık sistemini uyarır ve enfeksiyona karşı vücut direncinin artmasını sağlar. Propolis (arı reçinesi); arılar tarafından toplanan ve kovanı istilacı mikroplardan korumak için kaplamada kullandıkları, antibiyotik özelliğe sahip olduğu düşünülen bir reçinedir. Mürver çiçeği terletici, göğüs yumuşatıcı ve nezleye karşı yararlanılan bir bitkidir. C vitamini vücut tarafından üretilmeyen ve dışarıdan alınmasına ihtiyaç duyulan bir vitamindir. C vitamini doku onarımı için gereklidir. Ayrıca lipid, protein ve karnitin sentezi; vücudun enfeksiyona karşı dirençli olmasının sağlanması; kan damarlarının bütünlük ve işlevselliğinin korunması ve hücresel solunum C vitamini’ne gereksinim duyulan diğer durumlardır.* *Çinko insan vücudunda bulunan pek çok farklı enzimin yapısına katılan ve bağışıklık sisteminde önemli rol oynayan bir mineraldir. Yara iyileşmesinde yavaşlama, cilt yaraları, bağışıklık sisteminde yetmezlik, büyümede gecikme, seksüel olgunlaşmada gecikme, saç dökülmesi, davranış bozuklukları ve gece körlüğü Çinko eksikliğinde görülen klinik belirtilerden bazılarıdır. İmmuzinc Kapsül aşağıdaki durumlar ile ilgili bir üründür: -bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

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

www.ilacpedia.com adresli internet sitesinde yer alan ***“ZincOmega Şurup”*** ve ***“İmmuzinc Kapsül”*** isimli ürünlere ilişkin olarak endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde beşeri tıbbi ürünlerin ve ilaçların prospektüslerine yer verildiği; ancak beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu reklâm ve tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Beşerî Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin 5 inci 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 “Temel İlkeler” başlıklı 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2015/34**

**Şikayet Edilen: Sokak Hayvanları Koruma ve Kurtarma Derneği İktisadi İşletmesi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra**: İnternet

**Tespitler:** [www.haykurshop.com](http://www.haykurshop.com) adresli internet sitesinin 27.01.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Forever Gentleman’s Pride”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Tıraştan sonra, kuruyan ve tahriş olan cildinizi alkolsüz özel besleyici yağlarla ve nemlendiricilerle birlikte saf Aloe Vera Jel’inden oluşan formülü ile nemlendirerek yumuşak pürüzsüz bir cilt elde etmenize yardımcı olur.”* ifadelerine, **“Forever Clean 9”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*İlk adım, vücuda destek olabilmek için aldığınız zararlı katkı maddeleri ve diğer kimyasal maddeleri kontrol etmek olmalıdır. Lifestyle 30’un uygulanması için ön hazırlık olan bu 9 günlük program, kilonuzun kontrolü için gerekli ürünleri ve desteği sağlar, ayrıca mutlu olma yolunda size yardımcı olur…”* ifadelerine ve***“ Forever Vanilla Delight”***isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“ Vanilya tatları ile günlük vitamin ve mineral ihtiyacınızı karşılayabileceğiniz alternatif bir lezzet, ideal kilonuzu korumanın ve enerjinize destek sağlamanın en pratik yolu! Düşük kalorili yemekler yanında günde 2 öğün Forever Lite içerek günlük besin ihtiyacınızı karşılayabilirsiniz*” ifadelerine ve muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda benzer nitelikte ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.haykurshop.com](http://www.haykurshop.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Forever Gentleman’s Pride”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Tıraştan sonra, kuruyan ve tahriş olan cildinizi alkolsüz özel besleyici yağlarla ve nemlendiricilerle birlikte saf Aloe Vera Jel’inden oluşan formülü ile nemlendirerek yumuşak pürüzsüz bir cilt elde etmenize yardımcı olur.”* İfadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Diğer taraftan, [www.haykurshop.com](http://www.haykurshop.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Forever Clean 9”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*İlk adım, vücuda destek olabilmek için aldığınız zararlı katkı maddeleri ve diğer kimyasal maddeleri kontrol etmek olmalıdır. Lifestyle 30’un uygulanması için ön hazırlık olan bu 9 günlük program, kilonuzun kontrolü için gerekli ürünleri ve desteği sağlar, ayrıca mutlu olma yolunda size yardımcı olur…”* ifadelerine ve***“ Forever Vanilla Delight”***isimli ürüne ilişkin *“ Vanilya tatları ile günlük vitamin ve mineral ihtiyacınızı karşılayabileceğiniz alternatif bir lezzet, ideal kilonuzu korumanın ve enerjinize destek sağlamanın en pratik yolu! Düşük kalorili yemekler yanında günde 2 öğün Forever Lite içerek günlük besin ihtiyacınızı karşılayabilirsiniz…”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca, söz konusu internet sitesinde muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu,

Bununla birlikte, [www.haykurshop.com](http://www.haykurshop.com) adresli internet sitesinde Forever Living Sağlık ve Güzellik Ürünleri Dağıtım Ltd. Şti. isimli firma adına satış yapıldığı algısı oluşturularak firmanın ticari itibarından haksız olarak faydalanıldığı ve Reklam Mevzuatına aykırılık içeren tanıtımlara yer verilerek Forever Living Sağlık ve Güzellik Ürünleri Dağıtım Ltd. Şti.’nin marka değerine zarar verildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 4/c, 5 inci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-f, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-c, 7/8, 9 uncu, 11 inci, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sokak Hayvanları Koruma ve Kurtarma Derneği İktisadi İşletmesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2015/145**

**Şikayet Edilen:** **Tülay KARAGÜLMEZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**  [www.purneva.com](http://www.purneva.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Dr. Rodzi Advance Formula Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Dr.Rodzi Advance Formula Diş Macunu uzun araştırmalar sonucu en yaygın ağız sorunlarının tamamını gidermek üzere üretilmiştir. İçeriğindeki nane, karanfil, doğal yollardan ağızdaki zararlı bakterileri yok etmektedir. Nane özleri ve denizhıyarının hücre yenileme özelliği bakteri oluşumunu engeller, diş etinize bakım yapar. Çok kısa sürede ağız yaralarından kurtulduğunuzu siz de tecrübe edeceksiniz. Denizhıyarı özü problemli bölgedeki hücreleri yenileyerek tedavi eder, kanın damarlarda toplanmasını engeller. Tüm ağız ve diş sorunlarınız için size gereken tek ürün Dr.Rodzi Diş Macunudur. Tabloya bakarak bu sorunların giderilme sürelerini öğrenebilirsiniz. Gevşek dişleri sıkılaştırmak 7-14 gün. Dişeti kanaması 1-3 gün Bademcik iltihabı 2-3 gün Soğuk algınlığından kaynaklanan aşırı balgam: 2-3 gün 5. Ağız yarası: 1-3 gün 6. Boğaz ağrısı:1-3 gün 7. Apse tedavisi İltihapsız çiban 3-7 gün. İltihaplı çiban:1-3 gün. Yanıklar eğer acil müdahale yapılırsa hiçbir yara ve su toplamaz.”* ifadelerine, **“Aisha Hayat Antioksidan Yüz Serumu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Zayıflamış kan damarlarını güçlendirip normal sağlığına kavuşturur. Dolaşım bozukluklarını önleyip, düzeltmeye yardımcıdır, nemlendirici özelliği, yara, yanık, leke, akne problemlerinde, cilt lekelerinin tedavisinde etkilidir.”* İfadelerine, **“Bitkisandığı Shea Butter-Karite Yağı”** ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“% 100 saf, doğal nemlendirici. Tüm vücut ve yüz için nemlendirici amaçlı kullanılabilir. İçeriğindeki yüksek miktarda A ve E vitamini sayesinde, kırışıklıklarla başetmek için kullanılabilir. (Ayrıca kolajen üretimini de arttırdığı yönünde iddialar var.) Çatlak, yara ve yanık izlerini nemlendirip, görüntünün düzeltilmesinde kullanılabilir. Nemlendirici etkisi sayesinde, cildin rüzgar, güneş ve soğuğa karşı dayanıklılığı arttırır. Gözenekleri tıkamadan, kuru saç diplerinin nemlenmesini sağlar. Çok işlem gören saçların onarılmasında ve yumuşamasında etkilidir.”* ifadelerine, **“Arazi Organik Karabaş Ada Çayı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Karabaş Otu Ada Çayı’nın Özellikleri: Romatizma, yorgunluk, kan dolaşımı bozukluğu, yüksek tansiyon, sinirsel baş ağrısı, iç huzursuzluk, uykuya geçememe, balgam söktürücü, ağrı kesici, sinüzit, idrar yolları enfeksiyonları, beyin tümörleri, akciğer ve kan kanserlerinde faydalıdır”* ifadelerine ve muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda benzer nitelikte ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.purneva.com](http://www.purneva.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Dr. Rodzi Advance Formula Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Dr.Rodzi Advance Formula Diş Macunu uzun araştırmalar sonucu en yaygın ağız sorunlarının tamamını gidermek üzere üretilmiştir. İçeriğindeki nane, karanfil, doğal yollardan ağızdaki zararlı bakterileri yok etmektedir. Nane özleri ve denizhıyarının hücre yenileme özelliği bakteri oluşumunu engeller, diş etinize bakım yapar. Çok kısa sürede ağız yaralarından kurtulduğunuzu siz de tecrübe edeceksiniz. Denizhıyarı özü problemli bölgedeki hücreleri yenileyerek tedavi eder, kanın damarlarda toplanmasını engeller. Tüm ağız ve diş sorunlarınız için size gereken tek ürün Dr.Rodzi Diş Macunudur. Tabloya bakarak bu sorunların giderilme sürelerini öğrenebilirsiniz. Gevşek dişleri sıkılaştırmak 7-14 gün. Dişeti kanaması 1-3 gün Bademcik iltihabı 2-3 gün Soğuk algınlığından kaynaklanan aşırı balgam: 2-3 gün 5. Ağız yarası: 1-3 gün 6. Boğaz ağrısı:1-3 gün 7. Apse tedavisi İltihapsız çiban 3-7 gün. İltihaplı çiban:1-3 gün. Yanıklar eğer acil müdahale yapılırsa hiçbir yara ve su toplamaz.”* ifadelerine, **“Aisha Hayat Antioksidan Yüz Serumu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Zayıflamış kan damarlarını güçlendirip normal sağlığına kavuşturur. Dolaşım bozukluklarını önleyip, düzeltmeye yardımcıdır, nemlendirici özelliği, yara, yanık, leke, akne problemlerinde, cilt lekelerinin tedavisinde etkilidir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, **“Bitkisandığı Shea Butter-Karite Yağı”** ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“% 100 saf, doğal nemlendirici. Tüm vücut ve yüz için nemlendirici amaçlı kullanılabilir. İçeriğindeki yüksek miktarda A ve E vitamini sayesinde, kırışıklıklarla başetmek için kullanılabilir. (Ayrıca kolajen üretimini de arttırdığı yönünde iddialar var.) Çatlak, yara ve yanık izlerini nemlendirip, görüntünün düzeltilmesinde kullanılabilir. Nemlendirici etkisi sayesinde, cildin rüzgar, güneş ve soğuğa karşı dayanıklılığı arttırır. Gözenekleri tıkamadan, kuru saç diplerinin nemlenmesini sağlar. Çok işlem gören saçların onarılmasında ve yumuşamasında etkilidir.”* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Diğer taraftan, [www.purneva.com](http://www.purneva.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Arazi Organik Karabaş Ada Çayı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Karabaş Otu Ada Çayı’nın Özellikleri: Romatizma, yorgunluk, kan dolaşımı bozukluğu, yüksek tansiyon, sinirsel baş ağrısı, iç huzursuzluk, uykuya geçememe, balgam söktürücü, ağrı kesici, sinüzit, idrar yolları enfeksiyonları, beyin tümörleri, akciğer ve kan kanserlerinde faydalıdır. ”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca, söz konusu internet sitesinde yer verilen diğer kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2014/1249**

**Şikayet Edilen:** **İmmunat Doğal Sağlık Ürünleri İml. İhr. İth. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.zeytinyapragiekstrakti.gen.tr](http://www.zeytinyapragiekstrakti.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Zeytin Yaprağı Ekstraktı”*** adlı ürüne ait tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.)zeytinyapragiekstrakti.gen.tr adresli internet sitesinin 08.09.2014 tarihli görünümünde yer alan***"****Zeytin Yaprağı Ekstrakti- Kolesterolünüzü düşürür. Kolesterolü dengelemeye yardımcı olur. Şeker hastalığında çok faydalı olduğu bilinmektedir. Tansiyon düzenleyici olarak da bilinir. Ateş düşürücü olarak kullanılır. Karaciğer fonksiyonlarına destek verir. İshal, ülser, siyatikte kullanılır. Damar genişletici özelliği ile damar sertliği tedavisinde tercih edilir. Vücut direncini artırıcı özelliği bilinmektedir. İştah açıcı özelliği vardır. Hazımsızlık gidericidir ve karın ağrısını giderebilir. İdrar söktürücü özelliği ile üreyi azaltabilir. Zeytin yaprağı ekstraktı doğal yolla bağışıklık güçlendiren mükemmel bir üründür. Yapısındaki fenolik bileşikler ve flavonaidler metabolik savunma gücünü arttırarak bağışıklık sisteminin devreye girmesini ve hastalığı sistemin kendi kendisine yenmesini sağlar. Elenoik asit içeriği ile de bakteri hücre duvarını parçalayarak antimikrobiyal etki sağlamaktadır. Habis yaralarda, ağız içi uçuklarda, bağırsak problemleri ve solucanlarda kullanılabilmesi bu özelliğinden kaynaklıdır. Ayrıca soğuk algınlığı, grip, mantar enfeksiyonları, viral enfeksiyonlar, epstein-barr, zona gibi hastalıkların tedavisinde de kullanılmaktadır. Serbest radikaller vücudumuza dışarıdan sigara, alkol, kirli hava, vs. ile veya vücutta gerçekleşen bazı kimyasal reaksiyonlar oluşarak zarar verebilirler. Zeytin yaprağı ekstraktı fenolik yapıda bir bileşen içerdiği için fenolik hidroksil grupları ile harika bir antioksidan etki gösterir. Bu şekilde serbest radikalleri tutarak birçok hastalığın önüne geçilebilir. Aksi takdirde serbest radikaller sağlam hücrelerin, hücre zarını deforme ederek kontrolsüz çoğlamaya neden olur ve bu kanserleşmeye giden br süreçtir. Antioksidanlar serbest radikalleri tutarak kanseri önlemede yardımcı olurlar. Yapılan birçok çalışma zeytin yaprağı ekstarktının farklı kombinasyonlar ile tamamlandığında karaciğer, prostat, meme kanseri gibi birçok kanserli hastalıkta etkili olduğunu göstermektedir."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.](http://www.)zeytinyapragiekstrakti.gen.tr adresli internet sitesinin 08.09.2014 tarihli görünümünde yer alan***"****Zeytin Yaprağı Ekstrakti- Kolesterolünüzü düşürür. Kolesterolü dengelemeye yardımcı olur. Şeker hastalığında çok faydalı olduğu bilinmektedir. Tansiyon düzenleyici olarak da bilinir. Ateş düşürücü olarak kullanılır. Karaciğer fonksiyonlarına destek verir. İshal, ülser, siyatikte kullanılır. Damar genişletici özelliği ile damar sertliği tedavisinde tercih edilir. Vücut direncini artırıcı özelliği bilinmektedir. İştah açıcı özelliği vardır. Hazımsızlık gidericidir ve karın ağrısını giderebilir. İdrar söktürücü özelliği ile üreyi azaltabilir. Zeytin yaprağı ekstraktı doğal yolla bağışıklık güçlendiren mükemmel bir üründür. Yapısındaki fenolik bileşikler ve flavonaidler metabolik savunma gücünü arttırarak bağışıklık sisteminin devreye girmesini ve hastalığı sistemin kendi kendisine yenmesini sağlar. Elenoik asit içeriği ile de bakteri hücre duvarını parçalayarak antimikrobiyal etki sağlamaktadır. Habis yaralarda, ağız içi uçuklarda, bağırsak problemleri ve solucanlarda kullanılabilmesi bu özelliğinden kaynaklıdır. Ayrıca soğuk algınlığı, grip, mantar enfeksiyonları, viral enfeksiyonlar, epstein-barr, zona gibi hastalıkların tedavisinde de kullanılmaktadır. Serbest radikaller vücudumuza dışarıdan sigara, alkol, kirli hava, vs. ile veya vücutta gerçekleşen bazı kimyasal reaksiyonlar oluşarak zarar verebilirler. Zeytin yaprağı ekstraktı fenolik yapıda bir bileşen içerdiği için fenolik hidroksil grupları ile harika bir antioksidan etki gösterir. Bu şekilde serbest radikalleri tutarak birçok hastalığın önüne geçilebilir. Aksi takdirde serbest radikaller sağlam hücrelerin, hücre zarını deforme ederek kontrolsüz çoğlamaya neden olur ve bu kanserleşmeye giden br süreçtir. Antioksidanlar serbest radikalleri tutarak kanseri önlemede yardımcı olurlar. Yapılan birçok çalışma zeytin yaprağı ekstarktının farklı kombinasyonlar ile tamamlandığında karaciğer, prostat, meme kanseri gibi birçok kanserli hastalıkta etkili olduğunu göstermektedir."* şeklinde ve buna benzer tedaviye yönelik ye endikasyon belirterek ürünün tedavi edici ya da tedaviye yardımcı olarak kullanımına dair ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tip literatüründe hastalık olarak kabul edilen ye hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ye söz konusu bilimsel iddiaların da ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda "gıda takviyesi" kapsamında değil, "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, "beşeri tıbbi ürün" veya "ilaç" kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamın yapılmasının isemevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşki1 ettiği,

Bununla beraber bahsi geçen ürün için Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’ndan alınmış ya da alınacak ruhsat/izin belgeler doğru olsa bile, bu tür ifadelerin yalnızca üretim ya da ithal izni işlemlerine yönelik olup, söz konusu ürünlerin, bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediğinin bilinmesi gerektiği; dolayısıyla bahsi gecen tanıtımların;

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 4/c, 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İmmunat Doğal Sağlık Ürünleri İml. İhr. İth. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2015/9**

**Şikayet Edilen: Prodrug İlaç Kozmetik Doğal Ürünler San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.prodrug.com.tr](http://www.prodrug.com.tr)adresli internet sitesinde yer alanmuhtelifkozmetik ürünler ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.01.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.prodrug.com.tr](http://www.prodrug.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Godlen Balm Vietnam Mucizesi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Vietnam mucizesi; Uzakdoğunun şifalı bitkileri bir arada. Önerilen kullanım yerleri: Baş ağrısı, burun tıkanıklığı, sinek böcek sokmaları, eklem kas ağrıları, boğaz ağrıları, migren, sinüzit”* ifadelerine, **“Scar-off Ultra Jel”** isimli ürüne ilişkin “*Scar-off ultra jel, skarların tedavisinde kullanılır. Hipertrofik skar ve keloid şeklindeki anormal skar gelişiminin önlenmesi için geliştirilmiş topikal bir silikon jeldir*.” İfadelerine , **“Glena Bebek Şampuanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Sabun ve alkali içermez. Bebeğin cildinin doğal koruyucu örtüsünün oluşmasına yardımcı olur.”* ifadelerine*,* ***“Glena Saç Bakım Kremi* “** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Glena saç kremi saçları yumuşatır, kolay taranmasını sağlar, kopmalara bağlı saç kaybını önler. Pro-vitamin B5 ile saçları besler, saçtaki nem oranını artırır. Saç dökülmesini önlemeye yardımcıdır.”* İfadelerine, **“Septilex Kekiközlü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Öksürüğün giderilmesine yardımcıdır. Öksürük dürtüsünü azaltır. Mukus atılımına yardımcıdır. Aşırı mukus sekresyonunu azaltır. Bronşları gevşetir, rahatlama sağlar. İçeriğindeki vitamin ve mineraller sayesinde bağışıklık sistemini destekler.”* ifadelerine ve muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda benzer nitelikte ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.prodrug.com.tr](http://www.prodrug.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Godlen Balm Vietnam Mucizesi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Vietnam mucizesi; Uzakdoğunun şifalı bitkileri bir arada. Önerilen kullanım yerleri: Baş ağrısı, burun tıkanıklığı, sinek böcek sokmaları, eklem kas ağrıları, boğaz ağrıları, migren, sinüzit”* ifadelerine, **“Scar-off Ultra Jel”** isimli ürüne ilişkin “*Scar-off ultra jel, skarların tedavisinde kullanılır. Hipertrofik skar ve keloid şeklindeki anormal skar gelişiminin önlenmesi için geliştirilmiş topikal bir silikon jeldir*.” ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, [www.produg.com.tr](http://www.produg.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Glena Bebek Şampuanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Sabun ve alkali içermez. Bebeğin cildinin doğal koruyucu örtüsünün oluşmasına yardımcı olur.”* ifadelerine*,* ***“Glena Saç Bakım Kremi* “** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Glena saç kremi saçları yumuşatır, kolay taranmasını sağlar, kopmalara bağlı saç kaybını önler. Pro-vitamin B5 ile saçları besler, saçtaki nem oranını artırır. Saç dökülmesini önlemeye yardımcıdır.”* ifadelerine yer verildiği ancak bu ifadelerin ispata muhtaç olduğu,

Diğer taraftan, [www.prodrug.com.tr](http://www.prodrug.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Septilex Kekiközlü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Öksürüğün giderilmesine yardımcıdır. Öksürük dürtüsünü azaltır. Mukus atılımına yardımcıdır. Aşırı mukus sekresyonunu azaltır. Bronşları gevşetir, rahatlama sağlar. İçeriğindeki vitamin ve mineraller sayesinde bağışıklık sistemini destekler.”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde ***“Glena Nem Body”, “Glena Nem Face”, “Glena Yüz Temizleme Jeli”, “Glena Saç Spreyi”, “Glena Şampuan”, Glena Egza Şampuan” , Glena Btx Anti-Wrinkle”, “Glena Spot Remover Cream”, “Glena Eye Contour Care Cream”, Glena Cellulite Cream”, “Glena Sun Acne 50 SPF”, “Glena Sun”, “Septilex Pastil Çeşitleri”, “Septilex Multi Seng”, “Septilex Pro-İmmun”, “Septilex Multi Seng”*** isimli kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç olduğu,

Bu nedenle inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Prodrug İlaç Kozmetik Doğal Ürünler 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.

**23)**

**Dosya No: 2014/969**

**Şikayet Edilen:** **HHS Bitkisel Ve Sağlık Ür. Tur. İnş. Teks. Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hhs.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Üzüm Çekirdeği Yağı”, “Limon Yağı”*** *ve* ***“Nar Çiçeği Yağı”***isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.01.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.hhs.com** adresli internet sitesinin **02.01.2014** tarihli görünümünde yer alan ***“Üzüm Çekirdeği Yağı”, “Limon Yağı”,*** ve ***“Nar Çekirdeği Yağı”*** isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda;***“****Üzüm Çekirdeği Yağı:.****Ateroskleroz ( damar sertleşmesi) riskini azaltır. Tümörlerin büyümesini durdurmaya yardım eder. Üzüm çekirdeği yağı yaşlanma etkilerini geciktirir. İdrar söktürtücü, müshil ve kuvvet verici olarak önerilir. Görüş kaybına neden olan maküler dejenerasyondan korur. Alzheimer hastalığının ilerlemesini yavaşlatmaya yardımcı olur. Üzüm çekirdeği yağı, yüksek tansiyonu düşürür. Üzüm çekirdeği yağı LDL Kolesterol ve Trigliserit seviyesini düşürür. Yaşlanma etkilerini geciktirir kozmetik kremlerin temel ana maddesidir. Üzüm çekirdeği yağı kalp rahatsızlığı ve felce karşı korumaya yardım eder. Aynı zamanda toksinlerden arınan cilde taze ve diri bir görüntü vermektedir. Yüksek düzeyde folik asit içerir ve bağışıklık sistemini güçlendirici özelliğine sahiptir. Antioksidan özelliği ile vücudu toksinlerden arındırılarak cilde nemlilik kazandırmaktadır. Kılcal damarları onararak, cilt kırışıklıklarını düzeltmekte, cilt sarkmasını engellemektedir. Üzüm çekirdeği yağı tamamen doğal olduğundan, sentetik kozmetik ürünleri gibi karaciğere zarar vermemektedir. Üzüm çekirdeği yağının en temel faydası kılcal kan damarlarına yaptığı etkidir. Üzüm çekirdeği yağında %64 oranında bulunan omega-6 ve omega-3 yağ asitleri damar iç çeperlerini koruyucu etkiye sahiptir.*** *Limon Yağı:* ***tüm enfeksiyonlarla savaşması için vücut savunma sistemini uyarıcı özelliktedir. Boğaz ağrılarında, ağız ülserlerinde, aknede, diş eti hastalıklarında veya iltihapların tedavisinde anti septik, mikrop öldürücü ve bakteri öldürücü etkileriyle bilinmektedir. Bronşit, nezle ve gripten kurtulmaya yardımcıdır. Siğillere karşı ve uçuk kabarcıklarını gidermede faydalıdır. Kan dolaşımı üzerine tonik etki sağlayabilir. Dolaşım yetersizliği, yüksek tansiyon, varisli damarların tedavi edilmesinde yardımcıdır. Burun kanaması ve küçük kesiklerin kanamalarını durdurabilir. Hem idrar söktürücü hem de kabızlığı gidermede yardımcıdır. Yağlı ciltlerde doku sıkıştırıcı etkisiyle kullanılabilir. Ateş düşürmede faydalıdır. Vücuttaki asidi önlediği için romatizma, artrit ve hazımsızlıktaki asitten kurtarıcı özellikleriyle yararlıdır. Duygusal olark canlandırıcı etkideki uçucu yağ, depresyona karşı etkili olduğu bilinmektedir.*** *Nar Çekirdeği Yağı,* ***kırışıklıkların giderilmesinde ve hücrelerin yenilenmesine yardımcıdır. Yaşlanmayı önleyici ve tersine çevirici özelliklerinden dolayı önemli bir yağdır. Kolesterolü ve şekeri dengelemede, ishalde, bağışıklık sistemini güçlendirmede, prostat ile cilt kanserini, enfeksiyon ile alerjileri önlemede ve yaraları iyileştirmede etkisi bulunmaktadır. Günümüzdeki kullanım alanları kilo kontrolü, kolesterol dengesi, anti- inflamatuvar özellikler, kan şekeri dengeleme, cilt sağlığı, antioksidan- antiaging, tümör oluşumuna karşı koruma ve bağışıklık sistemini olarak sıralanabilir.”*** ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.hhs.com** adresli internet sitesinin **02.01.2014** tarihli görünümünde ***“Üzüm Çekirdeği Yağı”, “Limon Yağı”,*** ve ***“Nar Çekirdeği Yağı”*** isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda;***“****Üzüm Çekirdeği Yağı:.****Ateroskleroz ( damar sertleşmesi) riskini azaltır. Tümörlerin büyümesini durdurmaya yardım eder. Üzüm çekirdeği yağı yaşlanma etkilerini geciktirir. İdrar söktürtücü, müshil ve kuvvet verici olarak önerilir. Görüş kaybına neden olan maküler dejenerasyondan korur. Alzheimer hastalığının ilerlemesini yavaşlatmaya yardımcı olur. Üzüm çekirdeği yağı, yüksek tansiyonu düşürür. Üzüm çekirdeği yağı LDL Kolesterol ve Trigliserit seviyesini düşürür. Yaşlanma etkilerini geciktirir kozmetik kremlerin temel ana maddesidir. Üzüm çekirdeği yağı kalp rahatsızlığı ve felce karşı korumaya yardım eder. Aynı zamanda toksinlerden arınan cilde taze ve diri bir görüntü vermektedir. Yüksek düzeyde folik asit içerir ve bağışıklık sistemini güçlendirici özelliğine sahiptir. Antioksidan özelliği ile vücudu toksinlerden arındırılarak cilde nemlilik kazandırmaktadır. Kılcal damarları onararak, cilt kırışıklıklarını düzeltmekte, cilt sarkmasını engellemektedir. Üzüm çekirdeği yağı tamamen doğal olduğundan, sentetik kozmetik ürünleri gibi karaciğere zarar vermemektedir. Üzüm çekirdeği yağının en temel faydası kılcal kan damarlarına yaptığı etkidir. Üzüm çekirdeği yağında %64 oranında bulunan omega-6 ve omega-3 yağ asitleri damar iç çeperlerini koruyucu etkiye sahiptir.*** *Limon Yağı:* ***tüm enfeksiyonlarla savaşması için vücut savunma sistemini uyarıcı özelliktedir. Boğaz ağrılarında, ağız ülserlerinde, aknede, diş eti hastalıklarında veya iltihapların tedavisinde anti septik, mikrop öldürücü ve bakteri öldürücü etkileriyle bilinmektedir. Bronşit, nezle ve gripten kurtulmaya yardımcıdır. Siğillere karşı ve uçuk kabarcıklarını gidermede faydalıdır. Kan dolaşımı üzerine tonik etki sağlayabilir. Dolaşım yetersizliği, yüksek tansiyon, varisli damarların tedavi edilmesinde yardımcıdır. Burun kanaması ve küçük kesiklerin kanamalarını durdurabilir. Hem idrar söktürücü hem de kabızlığı gidermede yardımcıdır. Yağlı ciltlerde doku sıkıştırıcı etkisiyle kullanılabilir. Ateş düşürmede faydalıdır. Vücuttaki asidi önlediği için romatizma, artrit ve hazımsızlıktaki asitten kurtarıcı özellikleriyle yararlıdır. Duygusal olark canlandırıcı etkideki uçucu yağ, depresyona karşı etkili olduğu bilinmektedir.*** *Nar Çekirdeği Yağı,* ***kırışıklıkların giderilmesinde ve hücrelerin yenilenmesine yardımcıdır. Yaşlanmayı önleyici ve tersine çevirici özelliklerinden dolayı önemli bir yağdır. Kolesterolü ve şekeri dengelemede, ishalde, bağışıklık sistemini güçlendirmede, prostat ile cilt kanserini, enfeksiyon ile alerjileri önlemede ve yaraları iyileştirmede etkisi bulunmaktadır. Günümüzdeki kullanım alanları kilo kontrolü, kolesterol dengesi, anti- inflamatuvar özellikler, kan şekeri dengeleme, cilt sağlığı, antioksidan- antiaging, tümör oluşumuna karşı koruma ve bağışıklık sistemini olarak sıralanabilir.”*** ifadelerinin yer aldığı,

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 altı çiziliifadelerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam verenHHS Bitkisel ve Sağlık Ür. Tur. İnş. Teks. Gıda San. ve Tic. A.Ş. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2014/1394**

**Şikayet Edilen:** **Fatma GEMİCİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.eczalink.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Gazason Masaj Yağı”*** ve ***“Femine-X İntimate Genital Bölge Temizleme Jeli”*** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2014, 26.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.eczalink.com** adresli internet sitesinin **25.11.2014** tarihli görünümünde yer alan ***“Gazason Masaj Yağı”***isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda;***“****Gazason’un içeriğindeki doğal kimyon ve kekik yağı,* ***ısıtıcı spazm çözücü etkisi ve tropikal ağrı kesici özelliğiyle bebeği rahatlatır****. … Kullanım alanı: Bebeğinizin karın bölgesine yapılacak masaj,* ***bebeğin gaz ve gaz ağrılarını gidermeye yardımcı olarak bebeği rahatlatır.*** *Bu ürünün* ***tıbbi yararı geleneksel kullanıma ve literatüre dayanmaktadır”*** ifadelerine ve söz konusu internet sitesinin **26.02.2015** tarihli görünümünde yer alan **“*Femine-X İntimate Genital Bölge Temizleme Jeli”*** isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Günlük kullanımı ile* ***vajinal hastalıkların oluşma ve tekrarlama olasılığını azaltmaya yardımcı olur. Vajinal mantar hastalığı, akıntı, kaşıntı, yanma ve istenmeyen kokularla başa çıkılmasına yardımcı olur.*** *Sabunlarla yapılan günlük temizlik vajinanın asidik ortamını bozar. Bu da bakteriyel ve mantar gibi vajinal hastalıkların oluşma riskini arttırır. Feminix Intim Likit Ph 4.2 değeri ile sabun, alkali ve KLORHEKSİDİN içermez. Genital ortamın doğal florasını bozmaz. Genital* ***Enfeksiyonlarda Güçlü Destekçinizdir****.* ***Antiseptik, antibakterial etkisi ve genital bölge pH’ına uygun yapısıyla tedaviyi destekler ve tedavi süresini kısaltmaya yardımcı olur****. Patolojik akıntıların neden olduğu* ***istenmeyen kaşıntı, koku ve yanmalarda. Bakteriyel enfeksiyonlarda Mikotik enfeksiyonlarda. İdrar yolu enfeksiyonlarda. Doğum sonrası perine temizliğinde PROFİLAKTİK(koruma)amaçlı kullanılabilinir. Hexaidine Diisethionate, A Polyvalent preservative etki sağlar. Allantoin, Epitelizesyonu hızlandırır****. Mukozayı rahatlatır.* ***Bisabolol ve Kamomil, deri tahrişlerini önler, deodorizan, yatıştırıcı ve rahatlatıcı etkisi vardır****. Betaine nemlendiricidir, mukozayı korurumaya yardımcı olur. Hipoalerjeniktir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **www.eczalink.com** adresli internet sitesinin **25.11.2014** tarihli görünümünde yer alan ***“Gazason Masaj Yağı”***isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda;***“****Gazason’un içeriğindeki doğal kimyon ve kekik yağı,* ***ısıtıcı spazm çözücü etkisi ve tropikal ağrı kesici özelliğiyle bebeği rahatlatır****. … Kullanım alanı: Bebeğinizin karın bölgesine yapılacak masaj,* ***bebeğin gaz ve gaz ağrılarını gidermeye yardımcı olarak bebeği rahatlatır.*** *Bu ürünün* ***tıbbi yararı geleneksel kullanıma ve literatüre dayanmaktadır”*** ifadelerine ve söz konusu internet sitesinin **26.02.2015** tarihli görünümünde yer alan **“*Femine-X İntimate Genital Bölge Temizleme Jeli”*** isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Günlük kullanımı ile* ***vajinal hastalıkların oluşma ve tekrarlama olasılığını azaltmaya yardımcı olur. Vajinal mantar hastalığı, akıntı, kaşıntı, yanma ve istenmeyen kokularla başa çıkılmasına yardımcı olur.*** *Sabunlarla yapılan günlük temizlik vajinanın asidik ortamını bozar. Bu da bakteriyel ve mantar gibi vajinal hastalıkların oluşma riskini arttırır. Feminix Intim Likit Ph 4.2 değeri ile sabun, alkali ve KLORHEKSİDİN içermez. Genital ortamın doğal florasını bozmaz. Genital* ***Enfeksiyonlarda Güçlü Destekçinizdir****.* ***Antiseptik, antibakterial etkisi ve genital bölge pH’ına uygun yapısıyla tedaviyi destekler ve tedavi süresini kısaltmaya yardımcı olur****. Patolojik akıntıların neden olduğu* ***istenmeyen kaşıntı, koku ve yanmalarda. Bakteriyel enfeksiyonlarda Mikotik enfeksiyonlarda. İdrar yolu enfeksiyonlarda. Doğum sonrası perine temizliğinde PROFİLAKTİK(koruma)amaçlı kullanılabilinir. Hexamidine Diisethionate, A Polyvalent preservative etki sağlar. Allantoin, Epitelizesyonu hızlandırır****. Mukozayı rahatlatır.* ***Bisabolol ve Kamomil, deri tahrişlerini önler, deodorizan, yatıştırıcı ve rahatlatıcı etkisi vardır****. Betaine nemlendiricidir, mukozayı korurumaya yardımcı olur. Hipoalerjeniktir”* ifadelerineyer 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 altı çiziliifadelerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g 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, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/8, 26 ıncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**25)**

**Dosya No: 2014/1185**

**Şikayet Edilen:** **Trans Enerji Danışmanlık Reklam ve Organizasyon Kozmetik Sanayi Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vanilyaclub.com.tr adresli internet sitesinde yer alan***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.vanilyaclub.com** adresli internet sitesinin **12.02.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda ***“Antioksidan ve iltihap oluşumunu önleyici özelliğe sahiptir”*** ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.vanilyaclub.com** adresli internet sitesinin **12.02.2015** tarihli görünümünde ve ürünlere ait ambalaj üzerinde yer alan ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan ***“Antioksidan ve iltihap oluşumunu önleyici özelliğe sahiptir”*** ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen **kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği**,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4,7/5, 7/8, 26 ıncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Trans Enerji Danışmanlık Reklam ve Organizasyon Kozmetik Sanayi Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2014/1187**

**Şikayet Edilen:** **Ziya Özhan ÖZKAL - Özhan Eczanesi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com. adresli internet sitesinde yer alan **“*Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”***isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.n11.com** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu Serum uygulamasından sonra tatbik edilir. Kıl köklerine hızla nüfuz eder.* ***Akut inhibisyon etkisinin sürdürülmesini sağlar.*** *Sinerjik etki oluşturur. Yüz ve genital bölgelere uygulanabilir. Önce; tüylerden kurtulmak istenilen vücut bölgesine (yüz, kol, bacak vb.) Epilasyon yapılarak cilt COSMED TÜY AZALTICI ÜRÜNLERİ uygulamaya hazır hale getirilir. Epilasyonun iki saat sonrasında ve takip eden üçüncü gün dahil, gece yatmadan önce vücudun ilgili bölgesine, öncelikle SERUM tatbik edilir. SERUM, yüz ve bikini bölgesi dahil vücudun her bölgesine uygulanabilecek şekilde hazırlanmıştır. Üçüncü günden sonra ihtiyaç duyulan ikinci epilasyona kadarki kullanımlarda yüz ve dekolte bölgesi için YÜZ KREMİ, vücut bölgeleri için VÜCUT LOSYONU uygulanır. Bu iki ürünün her biri, jenital bölgeler için de uygundur ve tercih kullanıcıya bırakılmıştır”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.n11.com** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu Serum uygulamasından sonra tatbik edilir. Kıl köklerine hızla nüfuz eder.* ***Akut inhibisyon etkisinin sürdürülmesini sağlar.*** *Sinerjik etki oluşturur. Yüz ve genital bölgelere uygulanabilir. Önce; tüylerden kurtulmak istenilen vücut bölgesine (yüz, kol, bacak vb.) Epilasyon yapılarak cilt COSMED TÜY AZALTICI ÜRÜNLERİ uygulamaya hazır hale getirilir. Epilasyonun iki saat sonrasında ve takip eden üçüncü gün dahil, gece yatmadan önce vücudun ilgili bölgesine, öncelikle SERUM tatbik edilir. SERUM, yüz ve bikini bölgesi dahil vücudun her bölgesine uygulanabilecek şekilde hazırlanmıştır. Üçüncü günden sonra ihtiyaç duyulan ikinci epilasyona kadarki kullanımlarda yüz ve dekolte bölgesi için YÜZ KREMİ, vücut bölgeleri için VÜCUT LOSYONU uygulanır. Bu iki ürünün her biri, jenital bölgeler için de uygundur ve tercih kullanıcıya bırakılmıştır”* ifadelerinin yer aldığı,

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 “*Akut inhibisyon etkisinin sürdürülmesini sağlar.****”***ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

**-** Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4,7/5, 7/8, 26 ıncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**27)**

**Dosya No: 2015/454**

**Şikayet Edilen:** **Saç Bakım Dünyası Kozmetik Güzellik Salon ve Oto Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan **“*Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** ve ***“Cosmed Anti Selülit Losyon”***  isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.n11.com** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu**içeriğindeki bitkisel etken maddeler ile tüyleri kontrol altına alarak tüy büyümesürecinin geçikmesine yardımcı olur.**Tüy yoğunluğunun azalmasına yardımcı olur. Cilde uzun süre yumuşaklık verir.**Epilasyon sonrasında tahriş olan cilt dokusunu sakinleştirir.* ***İltihap oluşumunu önleyici ve antioksidan özelliğe sahiptir****.”* ifadelerine ve

Söz konusu internet sitesinde yer alan *“****Cosmed Body Anti Selülit”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cosmed Body* ***Anti Selülit*** *Bitkisel etken madde içeriğiyle* ***portakal kabuğu görünümüne sebeb olan yağ hücrelerini parçalar, yeniden şekillendirir, serbest kalan yağ lenf yoluyla vücuttan atılır.*** *Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı ile* ***yeni yağ hücreleri oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. Kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına, baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacminin azalmasına katkıda bulunur.*** *Yoğun nemlendirici özelliği ile pürüzsüz ve yumuşak bir cilt sağlar*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.n11.com** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu**içeriğindeki bitkisel etken maddeler ile tüyleri kontrol altına alarak tüy büyümesürecinin geçikmesine yardımcı olur.**Tüy yoğunluğunun azalmasına yardımcı olur. Cilde uzun süre yumuşaklık verir.**Epilasyon sonrasında tahriş olan cilt dokusunu sakinleştirir.* ***İltihap oluşumunu önleyici ve antioksidan özelliğe sahiptir****.”* ifadelerine ve

Söz konusu internet sitesinde yer alan *“****Cosmed Body Anti Selülit”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cosmed Body* ***Anti Selülit*** *Bitkisel etken madde içeriğiyle* ***portakal kabuğu görünümüne sebeb olan yağ hücrelerini parçalar, yeniden şekillendirir, serbest kalan yağ lenf yoluyla vücuttan atılır.*** *Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı ile* ***yeni yağ hücreleri oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. Kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına, baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacminin azalmasına katkıda bulunur.*** *Yoğun nemlendirici özelliği ile pürüzsüz ve yumuşak bir cilt sağlar*” şeklinde ifadelere 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 altı çizili ifadelerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

**-** Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4,7/5, 7/8, 26 ıncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Saç Bakım Dünyası Kozmetik Güzellik Salon Ve Oto Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2015/22**

**Şikayet Edilen:** **Deniz EKER KIZILAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan **“*Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** ve ***“Cosmed Body Elıxır Anti Selülit*”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.n11.com** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan**“*Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu* ***Tüy büyüme sürecinin gecikmesine yardımcı olmak, Tüy yoğunluğunun azalmasına katkı sağlamak****, Epilasyon sonrası cildi sakinleştirmek ve yıpranan cilt dokusunun yenilenmesine yardımcı olmak ve nemlendirmek için geliştirilmiş losyondur. Epilasyonun ardından Capıslow, depılıne, shea yağı İçerir.* ***Capıslow:*** *larrea divaricata özlerinden elde edilen Capıslow, Nordihidroguaiaretik Asitten zengin bir aktiftir.* ***Nordihidroguaiaretik, asit insan keratinositlerinin gelişimini herhangi bir sitotoksik etki oluşturmaksızın engellemektedir.******uvb ile strese maruz kalan hücreler üzerinde yapılan deneyde, pge2 salınımındaki azalma ile inflamasyon oluşumunu önleyici özelliği olduğu*** *ve epilasyon sonrası tahriş olan cilt dokusunu sakinleştirici özelliğe sahip olduğu görülmüştür. 28 gün boyunca plasebo ve %3 capıslow içeren losyon uygulaması ile yapılan karşılaştırmalı deneyde, capıslow içeren losyonun tüy yoğunluğunda %35 gerileme sağladığı görülmüştür. depılıne: depılıne, palmatıne içeren, fıbraurea recısa bitkisinden elde edilen bir aktiftir.* ***Invıtro ortamda, depılıne’ın mıtoz bölünmeyi inhibe edici etkisini gözlemlemek için yapılan brdu ile yapılan eşleşme deneyinde, depılıne’in keratin hücreleri üzerinde antiproliferatif etkisi olduğu görülmüştür.*** *72 saat palmatine ile muamele edilen hücrelerin fonksiyonlarında herhangi bir değişiklik gözlemlenmemiştir. Invıtro ortamda yapılan deneyde, uygulamadan 15 dk sonra palmatıne’ın kıl köküne yerleştiği gözlemlenmiştir. shea yağı: karite ağacının fıstıklarının ezilmesi ile elde edilen yağ, cildi nemlendirir, epilasyon sonrası hassaslaşan cilt yapısını sakinleştirir”* ifadelerine ve

Söz konusu internet sitesinde yer alan *“****Cosmed Body Elıxır Anti Selülit”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cosmed Body Elıxır* ***Anti Selülit****. Losyon Women’s health 2012 güzellik ödülleri en iyi selülit giderici bacak, baldır, basen bölgesinde meydana gelen portakal kabuğu görünümünün giderilmesine yardımcı olmak ve cildi derinlemesine nemlendirmek üzere geliştirilmiş losyondur. Vücudun ilgili bölgelerine aşağıdan yukarıya daireselhareketlerle masaj yapılarak uygulanır. Cilt tarafından hızlı emilen yapısı ile yapışkan bir his ve leke bırakmaz. Güne başlarken, spor öncesinde ve sonrasında kullanımı önerilir. Phytosonıc, shea yağı, limon çekirdeği yağı, dpanthenol içerir****. Phytosonıc: glaucıum flavum, euglena ve kafeinden oluşan bitkisel içeriğin sinerjitik etkisi, selülit oluşumuna neden olanoksidatif stresi durdurarak hücre içi enerji sistemlerini aktive eder, hücre içi karnitin transferini ve yağ yakımını arttırarak, yeni yağ hücrelerinin oluşumunu önler****, pürüzsüz doku oluşumuna yardımcı olur,* ***Cilt dokusunu sıkılaştırır ve esneklik kazandırır****. In vıtro ortamda yapılan çalışmalarda;* ***%3 phytosonıc ile etkileşime bırakılan olgun yağ hücrelerinde, plaseboya göre 9 gün sonra depo trıglıserıt miktarında %55 azalma olduğu görülmüştür****. Shea yağı: karite ağacının fıstıklarının ezilmesi ile elde edilen yağ, içerdiği yağ asitleri ile cildi nemlendirir, pürüzsüz cilt dokusunun oluşumuna yardımcı olur. Limon çekirdeği yağı: cilt dokusunu sıkılaştıran ve cildin dengeli bir renk tonuna sahip olmasını sağlayan limon çekirdeği yağı, diğer aktiflerin Etkilerini arttırarak, portakal kabuğu görünümünün giderilmesinin ardından daha sıkı bir cilt dokusunun elde edilmesine yardımcı olur. Dpanthenol provitamin b5): kuru cilt dokusunun iyileşmesini sağlar ve* ***cilt yenileyici özelliğe sahiptir****, cildi derinlemesine* nemlendirir.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.n11.com** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan**“*Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Glabrous Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu* ***Tüy büyüme sürecinin gecikmesine yardımcı olmak, Tüy yoğunluğunun azalmasına katkı sağlamak****, Epilasyon sonrası cildi sakinleştirmek ve yıpranan cilt dokusunun yenilenmesine yardımcı olmak ve nemlendirmek için geliştirilmiş losyondur. Epilasyonun ardından Capıslow, depılıne, shea yağı İçerir.* ***Capıslow:*** *larrea divaricata özlerinden elde edilen Capıslow, Nordihidroguaiaretik Asitten zengin bir aktiftir.* ***Nordihidroguaiaretik, asit insan keratinositlerinin gelişimini herhangi bir sitotoksik etki oluşturmaksızın engellemektedir.******uvb ile strese maruz kalan hücreler üzerinde yapılan deneyde, pge2 salınımındaki azalma ile inflamasyon oluşumunu önleyici özelliği olduğu*** *ve epilasyon sonrası tahriş olan cilt dokusunu sakinleştirici özelliğe sahip olduğu görülmüştür. 28 gün boyunca plasebo ve %3 capıslow içeren losyon uygulaması ile yapılan karşılaştırmalı deneyde, capıslow içeren losyonun tüy yoğunluğunda %35 gerileme sağladığı görülmüştür. depılıne: depılıne, palmatıne içeren, fıbraurea recısa bitkisinden elde edilen bir aktiftir.* ***Invıtro ortamda, depılıne’ın mıtoz bölünmeyi inhibe edici etkisini gözlemlemek için yapılan brdu ile yapılan eşleşme deneyinde, depılıne’in keratin hücreleri üzerinde antiproliferatif etkisi olduğu görülmüştür.*** *72 saat palmatine ile muamele edilen hücrelerin fonksiyonlarında herhangi bir değişiklik gözlemlenmemiştir. Invıtro ortamda yapılan deneyde, uygulamadan 15 dk sonra palmatıne’ın kıl köküne yerleştiği gözlemlenmiştir. shea yağı: karite ağacının fıstıklarının ezilmesi ile elde edilen yağ, cildi nemlendirir, epilasyon sonrası hassaslaşan cilt yapısını sakinleştirir”* ifadelerine ve

Söz konusu internet sitesinde yer alan*“****Cosmed Body Elıxır Anti Selülit”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cosmed Body Elıxır* ***Anti Selülit****. Losyon Women’s health 2012 güzellik ödülleri en iyi selülit giderici bacak, baldır, basen bölgesinde meydana gelen portakal kabuğu görünümünün giderilmesine yardımcı olmak ve cildi derinlemesine nemlendirmek üzere geliştirilmiş losyondur. Vücudun ilgili bölgelerine aşağıdan yukarıya daireselhareketlerle masaj yapılarak uygulanır. Cilt tarafından hızlı emilen yapısı ile yapışkan bir his ve leke bırakmaz. Güne başlarken, spor öncesinde ve sonrasında kullanımı önerilir. Phytosonıc, shea yağı, limon çekirdeği yağı, dpanthenol içerir****. Phytosonıc: glaucıum flavum, euglena ve kafeinden oluşan bitkisel içeriğin sinerjitik etkisi, selülit oluşumuna neden olanoksidatif stresi durdurarak hücre içi enerji sistemlerini aktive eder, hücre içi karnitin transferini ve yağ yakımını arttırarak, yeni yağ hücrelerinin oluşumunu önler****, pürüzsüz doku oluşumuna yardımcı olur,* ***Cilt dokusunu sıkılaştırır ve esneklik kazandırır****. In vıtro ortamda yapılan çalışmalarda;* ***%3 phytosonıc ile etkileşime bırakılan olgun yağ hücrelerinde, plaseboya göre 9 gün sonra depo trıglıserıt miktarında %55 azalma olduğu görülmüştür****. Shea yağı: karite ağacının fıstıklarının ezilmesi ile elde edilen yağ, içerdiği yağ asitleri ile cildi nemlendirir, pürüzsüz cilt dokusunun oluşumuna yardımcı olur. Limon çekirdeği yağı: cilt dokusunu sıkılaştıran ve cildin dengeli bir renk tonuna sahip olmasını sağlayan limon çekirdeği yağı, diğer aktiflerin Etkilerini arttırarak, portakal kabuğu görünümünün giderilmesinin ardından daha sıkı bir cilt dokusunun elde edilmesine yardımcı olur. Dpanthenol provitamin b5): kuru cilt dokusunun iyileşmesini sağlar ve* ***cilt yenileyici özelliğe sahiptir****, cildi derinlemesine* nemlendirir*”* şeklinde ifadelere 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 *altı çizili* ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

**-** Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4,7/5, 7/8, 26 ıncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**29)**

**Dosya No: 2014/1585**

**Şikayet Edilen:** **Medfors İlaç ve Sağlık Ürünleri A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi

**Tespitler**: [www.medfors.com.tr](http://www.medfors.com.tr) adresli internet sitesinde; “*Bronkhomax Krem: Soğuk algınlığına bağlı: hapşırık-öksürük, çocukların gece öksürükleri, ses kısıklığı, boğaz ve burun akıntısı, nezle, grip, baş ağrısı ve kas tutulmaları şikayetlerinin semptomatik tedavisinde kullanılır. Çocuklarda soğuk algınlığına bağlı öksürüklerde ayak tabanına sürülerek uygulandığında gece öksürüğünün kesilmesine yardımcı olur. Aktif maddeleri arasında yer alan kafur ve mentol etkisiyle sürüldüğü bölgede kılcak damarların genişlemesini sağlayarak bu bölgeyi ısıtır ve birikiş toksinlerin atılmasını kolaylaştırarak ağrıyı ortadan kaldırır. Soğuk algınlığına bağlı göğüs, boyun, sırt, kas tutulması gibi durumlarda ve gerektiğinde odanın havasını değiştirmek için buharlaştırarak kullanılır. (...) Escus Jel: Varisler ve Yorgun Bacaklar İçin. Yüzeysel kılcal damar genişlemesi-varis, yorgun ve ağrıyan bacaklar, ödem. Eskulin içeriği ile yüzeysel kılcal damarların geçirgenliğini azaltır. Antienflamatuar, ödem çözücü ve güçlü ventrop etkiye sahiptir. Venöz bozukluklar ve ödem için etkili bir tedavi seçeneğidir. Varis oluşumunu önler. Yüzeysel kılcal damarların esnekliğini arttırır. Varislerin iyileşmesine yardımcı olur. Yorgunluk ve şişkinlikten kaynaklanan bacak ağrılarını hafifletir.. Yüzeysel kılcal damarların esnekliğini arttıran ve varis oluşumunu önleyen A,B,C,P,Pp vitaminleri ve antioksidan içerir. "* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 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 ifadelerin ispata muhtaç olduğu halde kanıtlanmadığı,

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

**SAĞLIK**

**30)**

**Dosya No: 2014/1599**

**Şikayet Edilen: Nihat ÖZÇETİN- Özel Oral Dent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 02.12.2014 tarihli görünümünde; “*Estetik Diş Hekimliği Ağız ve Diş Sağlığı Merkezleri. Çok Uygun Tedavi Ücretleri. SSK ve Bağkurlulara Ekstra İndirimler. Ücretsiz Muayene. Kişiye Özel Estetik Tasarımlar %100 Memnuniyet Garantisi. Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğimiz 1997 yılından bu yana Şişli / Mecidiyeköy merkezli olarak tüm İstanbul`da en iyi uzman diş doktorlarımız, uzman diş estetisyenlerimiz ve son teknoloji ürünleri ekipmanlarımızla siz değerli hastalarımıza diş tedavi hizmetlerini sürdürmekteyiz. En basit diş tedavilerinden diş çekimlerine karmaşık operasyonlara implant operasyonlarına zirkonyum kaplama diş ve porselen kaplama diş uygulamalarına kanal tedavisinden diş dolgularına kadar dişiniz ile ile ilgili her türlü sorunu en yeni ekipmanlarımız ve kendini devamlı geliştiren uzman diş hekimlerimiz sizlere hijyenik polikliniğimizde hizmetlerimizi sunuyoruz. Hastalarımızda diş doktoru korkusu diş ağrısı korkusu anestezili diş tedavisi korkusu olmaksızın mevcut dişlerini ağızda tutmak amacı ile her zaman için koruyucu diş tedavileri uygulamak, tedaviye ihtiyacı olan dişlerini en son teknolojik tedavi yöntemlerini ve dezenfeksiyon ve sterilizasyon kurallarına en üst düzeyde önem vererek kusursuz bir şekilde uygulayıp hastanın daha mutlu gülüşler ile sağlıklı olmasını sağlamak 1. ve ilk vizyonumuz olmuştur.* *Kesinlikle hizmet sürekliliğimiz ile sadece İstanbul da değil Türkiye ve Dünya çapında diş tedavileri ve protez diş uygulamalarında gözde bir kuruluş olmak ilk amacımızdır*. *(…)7 Gün 24 SaatFaal Olarak YaptığımızDiş Tedavisi Uygulamalarımız ;Sedayonlu Ağrısız Diş Çekimi, Uyutarak Sedasyon Uygulamalı Cerrahi Diş Çekimi, Uyutarak 20`lik Diş Çekimi, Diş Dolgusu Uygulamaları, Ağrısız Kanal Tedavisi Uygulamaları, Diş Temizliği Uygulamaları, Diş Beyazlatma Uygulamaları, Diş Eti Hastalikları Tedavisi ( Periodontoloji ), Çocuk Dişleri Tadavileri ( Pedodonti ), Ağız Kistleri Tedavileri, Koruyucu Diş Hekimliği Tedavileri Uygulamaları, Diş Kırıklarının Tedavileri, Çene Eklem Problemleri Tedavileri, Anestezili Kanal Tedavisi, Kötü Ağız Kokusu Tedavisi, Diş Tartarı Temizliği, Diş Taşı Temizliği Uygulamaları..”* şeklinde ifadelere ve ayrıca hasta öncesi sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahsa ait olduğu tespit edilen iletişim numarası aracılığıyla [www.estetikdishekimligi.net](http://www.estetikdishekimligi.net) adresli internet sitesinde talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve kliniğe ait görsellere yer verilerek kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği;

Tüm bu durumların;

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

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

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

- İnceleme konusu reklamların yayınladığı tarihte yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 6/e, 7/a, 7/c, 17 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nihat ÖZÇETİN- Özel Oral Dent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2014/1731**

**Şikayet Edilen:** **Bilkent Estetik Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Yayıncılık ve Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti. (Özel Bilkent Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Güzel bir gülümseme her şeyin başlangıcıdır”*** ibareli broşürde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürde; *“Güzel bir gülümseme her şeyin başlangıcıdır. Diş taşı temizliği + parlatma* *150* *75. Diş beyazlatma (Bleaching) $500 $250. Lütfen randevu alınız. 312 266 2 111.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu broşürde yer alan kampanya bilgileri değerlendirildiğinde, ücretlerin Türk Lirası olarak belirtilmediği, kampanya başlangıç ve bitiş tarihleri, indirim oranı veya miktarı gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği; şayet, söz konusu kampanya bilgilerine broşürde eksiksiz bir şekilde yer verilmiş olsa dahi, bir sağlık kuruluşu olan müessesenin ilgili mevzuat gereği reklam yapmasının yasak olduğu dikkate alındığında, inceleme konusu broşürün her halükarda mevzuata aykırı olacağı; bu bağlamda, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

- Mülga Etiket, Tarife ve Fiyat Listeleri Yönetmeliğinin 9 uncu maddesi,

- 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, 12, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bilkent Estetik Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Yayıncılık ve Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti. (Özel Bilkent Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2014/1732**

**Şikayet Edilen:** **Bilkent Estetik Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Yayıncılık ve Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti. (Özel Bilkent Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Sizleri Yeni Açılan Kliniğimize Doktorumuzla Tanışmaya Davet Ediyoruz”***ibareli broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürde; *“Bilkent Estetik. Sizleri yeni açılan kliniğimize doktorumuzla tanışmaya davet ediyoruz. Bilkent Sports International kompleksi içinde eksikliği hissedilen, Bilkent markasının temsil ettiği bilimsel ve çağdaş yaklaşımı estetik tıp ile bütünleştiren Özel Bilkent Polikliniği hizmete açılmıştır. Uygulamalarımız ve kişiye özel çözümlerimiz için sizi alanında uzman doktorlarımız ile tanışmaya davet ediyoruz. Lazer epilasyon: (…) Kişiye özel lazer dalga boyu ile tüm cilt renklerinde bronz cilt dahil etkili ve güvenli lazer epilasyon. Bölgesel incelme ve sellülit tedavisi: Kavitasyon, radyofrekans ve ultrasonik ses dalgaları ile diyetisyen ve uzman doktor kontrolünde ameliyatsız yağ eritme, vücut şekillendirme ve sellülit yöntemleri. (…) Ameliyatsız yüz germe: (…) Yüz, karın, kol ve bacak içi sarkmaları ile basen düşüklüğünde etkin uygulamalar. Botox & Dolgu: İstenmeyen kırışıklıklar ve derin çizgiler ile yüz, el ve dudak dolguları için hızlı, etkin uygulamalar. Koltukaltı, avuç içi ve ayak terleme sorununa botox ile çözüm. Mezaterapi & PRP: Cilt yenileme, canlandırma, nemlendirme ve sıkılaştırma uygulamaları ile sağlıklı ve genç bir cilt.Saç dökülmesi ve saç teli cansızlığına etkin çözümler. (…) Lazer ile varis ve kılcal damar tedavisi: Ağrı veren, mavi kabarık varislerden istenmeyen kılcal damarlara kadar etkin uygulamalar. (…) Bilkent Estetik. Size özel çözümler, sağlıklı yaşam önerileri, anti aging uygulamalar ve koruyucu estetik için doktorlarımızdan ücretsiz ön görüşme randevusu alabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu broşürde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

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

- 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, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bilkent Estetik Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Yayıncılık ve Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti. (Özel Bilkent Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2014/1733**

**Şikayet Edilen:** **Bilkent Estetik Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Yayıncılık ve Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti. (Özel Bilkent Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Estetik Diş Tedavi Bölümü”***ibareli broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürde; *“Zamanın etkilerinden kurtulun. Güzel bir gülüş her şeyin başlangıcıdır. Kişiye özel gülüş tasarımı. Bölgesel incelme ve sellülit tedavisi: Kavitasyon, radyofrekans ve ultrasonik ses dalgaları ile diyetisyen ve uzman doktor kontrolünde ameliyatsız yağ eritme, vücut şekillendirme ve sellülit yöntemleri. Lazer epilasyon: (…) Kişiye özel lazer dalga boyu ile tüm cilt renklerinde bronz cilt dahil etkili ve güvenli lazer epilasyon. (…) Ameliyatsız yüz germe: (…) Yüz, karın, kol ve bacak içi sarkmaları ile basen düşüklüğünde etkin uygulamalar. (…) Botox & Dolgu: İstenmeyen kırışıklıklar ve derin çizgiler ile yüz, el ve dudak dolguları için hızlı, etkin uygulamalar. Koltukaltı, avuç içi ve ayak terleme sorununa botox ile çözüm. Mezaterapi & PRP & Somon & Kök Hücre: Cilt yenileme, canlandırma, nemlendirme ve sıkılaştırma uygulamaları ile sağlıklı ve genç bir cilt.Saç dökülmesi ve saç teli cansızlığına etkin çözümler. (…) Lazer ile varis ve kılcal damar tedavisi: Ağrı veren, mavi kabarık varislerden istenmeyen kılcal damarlara kadar etkin uygulamalar. (…) Size özel çözümler, sağlıklı yaşam önerileri, anti aging uygulamalar ve koruyucu estetik için doktorlarımızdan ücretsiz ön görüşme randevusu alabilirsiniz.Estetik Diş Hekimliği: Günümüzde diş hekimliği ağrıları gidermek ve eksik dişleri tamamlamakla sınırlı kalmamış, estetik alanda da çok ilerlemiştir. Artık maksimum estetik gülüşü sağlamak için çeşitli yöntemler kullanılarak uzman ellerde inanılmayacak güzel sonuçlar elde ediliyor.(…) İmplant: (…) Başarılı bir sonuç elde edebilmek için uygulayıcının mutlaka çene cerrahı olması, uygulanan implantın da kaliteli ve yıllarca takip edilmiş olması çok önemlidir.”* ifadeleri ile, *“Kompozitbonding sistemi ve Laminate veneer ile kliniğimizde tedavi edilen hasta, Protetik sistemi ile kliniğimizde tedavi edilen hasta, Bleaching ile kliniğimizde tedavi edilen hasta”* başlıkları altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerineyer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu broşürde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü ve 40 ıncı maddeleri,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

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

- 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, 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 **Bilkent Estetik Güzellik Merkezi Kozmetik Medikal Yayıncılık ve Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti. (Özel Bilkent Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2014/1759**

**Şikayet Edilen:** **Turgay KARAKAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.kizlikzaridikimfiyat.com](http://www.kizlikzaridikimfiyat.com), [www.drturgaykarakaya.com](http://www.drturgaykarakaya.com), [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve [www.twitter.com](http://www.twitter.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2014, 19.1.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait internet sitelerinin 29.12.2014 ve 19.1.2015 tarihli görünümlerinde;

*“Saygı değer Tuncay hocam, saygı değer diyorum gerçekten saygıyı hak eden bir doktorsunuz hayatımı gerçek anlamıyla size borçluyum (…)ve bu arada arkadaşlar eğer diktirmek için korkuyorsanız size şu kadarını söyleyebilirim ki korkacak hiçbir şey yok Turgay Hoca sizinle konuşup destek çıkıyor ve emin olun dikimin nasıl bittiğini bile fark etmiyor insan (…)aylarca jinekolog aradım en son Turgay Bey’e gitmeye karar verdim.Kliniği de çok rahat buldum.Benim gibi olan herkese de bunu duyurmak istedim.Hiç bir zaman çaresiz değiliz bunu bilin.Turgay Bey kendi dalında mesleğini en iyi şekilde yapan bir jinekolog ona tekrar tekrar teşekkür ederim.Beni çok büyük bir sıkıntıdan kurtardı işine ehemmiyet veren yaptığı işin en iyisi için uğraşan bir doktor onun gibi işinin ehli jinekologlara her zaman ihtiyacımız var.Eğer sizinde benim gibi sıkıntılarınız varsa gideceğiniz güvenilebilir tek jinekolog (…).Hocam siz var ya siz harika mükemmel şahane süpersiniz.20 dakika içerisinde bir hayat mutluluğuma en büyük katkı sizindir.4 aylık evliyim her şey yolunda gitti en ufak bir problem olmadı.(…)Bu dertten muzdarip olan arkadaşlar eğer bu yazıyı okuosanız artık araştırmanıza gerek yok doğru doktoru buldunuz.(…)İlgi ve alakanıza tekrar teşekkür ediyorum fazlasıyla çok çok fazla başarılısınız.Ne demiştim süpersiniz.”* gibi ifadelerle, tedavi edildiği iddia edilen hastaların tecrübesine dayanılarak, şahsa yönelik olarak teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği; ayrıca, "Jinekolog Dr. Turgay Karakaya yorumları" bölümünde ziyaretçilerin sorularına ve onlara verilen cevaplara açık bir şekilde yer verilerek lehe yönelik talep oluşturulduğu,

*“ (…)Ama sizin ihtiyacınız olan saç kökü miktarı bir seansa sığmayacak kadar çok ise o zaman saç ekimi ücretinizde yükselecektir.Saç ektirecekseniz ben size arkadaşım Plastik Cerrah Doçent Dr. Aydın Gözü’yü tavsiye edeceğim:0532 316 8973. (…)Özellikle Ankara’nın işlek caddelerinde ve Çankaya, Tunus Caddesi ve Kızılay gibi merkezi semtlerinde kızlık zarı diken jinekolog bulunabileceği kanaatindeyim.(...)Saç ekimi konusunda arkadaşımız Plastik ve Estetik Cerrahi uzmanı Doçent Op. Dr. Aydın Göze'yi arayabilirsiniz.”* gibi ifadelerle, tedavi olmak isteyen hastaları doğrudan ve dolaylı olarak ilgili doktor ve sağlık kuruluşuna yönlendiren ifadelerin kullanıldığı,

*“(…)Hayatında birkaç kez kızlık zarı dikmiş bir jinekologla binlerce dikmiş arasında fiyattan çok tecrübe farkı önemlidir.(…)Bu arada doğru adreste olduğunuzu hatırlatırım.Google’a ‘kızlık zarı diken en iyi jinekolog’ veya ‘kızlık zarı diken en iyi doktor’ yazdığınız zaman benim sitelerimi en üstlerde göreceksiniz, daha üstte çıkan ve yanında ‘reklam’ yazan Google sonuçlarına itibar etmeyin.Onlar Google’a para ödeyerek listeye girenler, biz sanatımızın hakkı ile birinciyiz.(…)Ayda yılda bir kızlık zarı dikenle her gün birçok vakası olan arasında sonuç garantisi açısından dağlar kadar fark vardır inanın (…)sanıyorum fiyatı biraz pahalı Ankara’da.Zira insanlar yol parasına razı olup neden buraya kadar gelsinler ya da güven meselesi.(…)bir işi yapmışken en iyisini yapmakta fayda var, yoksa nerdeyse 30 yıldır kızlık zarı diken doktor olarak bilinir olur muyduk hiç?(…)Bazı durumlarda bu kızlık zarı dikimi ücretleri 2500 lere kadar çıkabilmekte hatta nadiren çok daha yüksek fiyatlar bile telaffuz edilebilmektedir ama her hizmetin bir gerçek değeri varsa bu tip fırsatçı meslektaşlara prim vermeyin derim.(…)her jinekolog farklı bir ücretlendirme uyguluyor olabilir, ama aşırı yüksek fiyatlar isteyenlere de gitmenizi hiç tavsiye etmiyorum.Bu işte en iyisi bu işi en fazla yapan ve tecrübeli jinekologlardır.(…)Allah’a şükür nerdeyse 30 yıldır kızlık zarı dikiyoruz ve henüz bir sorun yaşamadık.(…)nerdeyse 31 yıllık kızlık zarı dikim tecrübesi konuşuyor.(…)ama sizden akla hayale sığmayacak kadar yüksek ücretler isteyenlerde olmuştur.Ben onlara fırsatçı doktorlar diyorum.Ayda yılda bir kızlık zarı diken doktorun vereceği garantiye de güvenilmez.(…)o zaman tecrübeli ve hastası çok olanı tercih etmelisiniz.(…)Dert etmeyin doğru adrestesiniz.(…)Sanırım şimdi her jinekoloğa bu işin yaptırılamayacağını anlamışsınızdır.(…)ama nadirde olsa bazı jinekolog arkadaşlar bu rakamların çok üzerinde ücret talep ediyorlar, sanki beyin ameliyatı yapacaklar.Aşırı yüksek fiyat isteyenlere itibar etmeyin, onlar genelde ayda yılda bir dikim yapan kadın doğumculardır ve fazla dikim yapmadıkları için kızlık zarı konusunda tecrübeleri de çok zayıftır.(…)Sadece Türkiye’den değil dünyanın dört bir köşesinden birçok bayan kızlık zarını diktirmek için bize geliyorlar.(…)sizin himenoplasti yaptırdığınız kesinlikle anlaşılmamalı ve kimseler sizin bu bilginize ulaşamamalıdır.Tabi SGK kayıtlarına da işlenmesi hoş olmaz.Kızlık zarı diken özel hastaneler ve tıp merkezleri SGK ile anlaşmalı oldukları için yapılan tüm işlemleri SGK kayıtlarına işleme zorunlulukları var, ama bereket versin ki özel jinekolog muayenehaneleri yani bizler SGK anlaşmalı değiliz, dolayısı ile yapılan kızlık zarı dikimi kesinlikle bir gün sağlık dökümlerinizde karşınıza çıkmaz.(…)Bu arada biz özel bir muayenehaneyiz.(...)5000-10000 TL arası fiyatta isteyebiliyor.Sanıyorum bu meslektaşlarım fazlaca paraya ihtiyaçları var zira beyin ameliyatı yapar gibi ücret talep ediyorlar.”* gibi ifadelerle, şahsın bu tedavi yöntemiyle ilgili olarak diğer doktorlardan daha fazla mesleki tecrübeye sahip olduğu için bu tedaviyi yapan en iyi doktor olduğunun iddia edildiği; ayrıca, muayenehanenin hasta haklarının gizliliğine yönelik olarak diğer sağlık kuruluşlarından daha iyi bir hizmet sunduğunun ifade edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, aynı alanda faaliyet gösteren diğer sağlık meslek mensuplarının sunduğu hizmetleri kötülediği; ayrıca, söz konusu ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve şahsa yönlendirme yaparak, aynı alanda faaliyet gösteren meslektaşları açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanun’unun 64 üncü maddesi,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü maddesi,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

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

- Mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 14, 17, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 10, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2014/1775**

**Şikayet Edilen:** **Melisa Güzellik Salonu**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Tüm vücut epilasyon 750 TL”*** başlıklı broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürlerde; *" Melisa Güzellik Salonu.Tüm vücut epilasyon* *750.Bilgi için lütfen bizi arayınız.(...)"*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İstanbul Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yapılan denetim sonucunda düzenlenen tutanakta; söz konusu kuruluşun lazer epilasyon ve benzeri tıbbi bir hizmet sunmadığı; ayrıca, incelemeye konu olan broşürlerin ilgili müessesede dağıtımının yapılmadığı tespit edildiğinden, söz konusu reklamların ilgili mevzuata aykırılık teşkil etmediği anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 63 üncü maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2014/1800**

**Şikayet Edilen:** **Özel Dent Ege Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.1.2015, 5.2.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 20.1.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; “*Dentege’yi Tanıyın:DentEge Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi, 8 tedavi odası, ameliyathanesi, hasta gözlem odası ve protez laboratuvarıyla, tüm tedavi branşlarda eksiksiz olarak hizmet vermektedir. DentEge olarak misyonumuz, ağız ve diş sağlığı tedavilerini tüm uzmanlık dallarında, hastalarına uygun tedavileri sunabilmektir. DentEge hastalarımız, profesyonel ve hijyenik bir ortamda, en doğru teşhis ve tedaviyi alması öncelikli ilkemizdir. Tedavilerimizi bu esasa göre planlar ve uygularız. Hastalarımızın uzun yıllar sürecek rutin bakımlarında öncelik, hastalarımızın ağız ve genel sağlığının devamının sağlanmasıdır.”*,

- “Yurtdışı Hasta Prosedürü”başlığı altında; *“Muayene için internet sitesindeki online işlemler formunu doldurabilirsiniz. Mailinizde varsa panoramik film röntgeninizi de ekleyebilir, bu sayede daha hızlı ve doğru sonuçlar alabilirsiniz. Değerlendirme sonrasında konusunda uzman doktorlar iletişim bilgilerinizden ulaşıp tarafınıza konuyla ilgili olarak bilgilendirme yapacaktır. Değerlendirme sonrasında Türkiye’ye gelme tarihleriniz belirlendiğinde ücretsiz olarak havalimanından karşılanmanız (Adnan Menderes Havalimanı) ve kuruma gelişiniz sağlanır. Talep eden hastalara anlaşmalı olduğumuz otellerde rezervasyon gerçekleştirilir. Havalimanı, otel ve klinik arası ulaşım tarafımızdan sağlanır. Kliniğimizde tedavi süreçlerinin belirlenmesi ve dosyanızın oluşturulabilmesi için ‘Hasta Kayıt Formu’ doldurulur. Hastamız doktor tarafından muayeneye alınır. Muayene sırasında (gerekli görüldüğünde) panoramik röntgeni çekilir, süreç değerlendirilir ve hastamıza anlatılır. Tedavi sürecine göre bir sonraki randevuları oluşturulur.”*ifadeleri ile,

-“Kliniğimiz” başlığı altında; muayenehaneye ait görüntülere yer verildiği,

Aynı adresli internet sitesinin 5.2.2015 tarihli görünümünde;

-“DentEge’de İmplant” başlığı altında; *“Kullanılan implantların, sağlık açısından doku dostu ürünler olması tercih sebebidir. Çene kemiği kaybının gerçekleşmediği erken tedavi ile sağlıklı ağız ve dişlere kısa zamanda sahip olunabilinir.Kemik yapısı uygun olmayan kişilerde greft (kemik tozu) ekleme adı verilen uygulama ile kemik yapısı güçlendirilebilir. Bu sayede kemik erimesi kaybına uğrayan hastalara da rahatlıkla implant tedavisi yapılabilmektedir. İmplant tedavisi sanıldığı gibi korkutucu bir operasyon değildir. Gelişen teknoloji ile daha kısa sürede sağlıklı ve güzel dişlere sahip olabilinir. İmplantlar diş çekimi süreci olan bir hastada ortalama diş çekilen alanın iyileşme süreci ile birlikte bir buçuk aylık bir zamanı kapsayabilmektedir. Bununla birlikte diş çekimi daha önceden olan hastaların implant tedavisi, kullandığımız implantların iyileştirme özelliği ve biyo uyum sayesinde en az üç hafta en fazla bir aylık süreçte gerçekleşebilmektedir.Tedavi için kullanılan implantlar FDI (Amerikan Sağlık Örgütü) ve CE onaylıdır.Lazer Destekli Dikişsiz İmplant Tedavileri:Lazer destekli dikişsiz implant tedavileri uygun endikasyonun konulmasıyla implantın yerleştirileceği alanın cerrahi kesi yapılmadan lazerle implant giriş yuvasının hazırlanmasıdır. Herhangi bir kanama olmadan maksimum 10 dakikada tamamlanabilen 'Flapless İmplant' olarakta adlandırılan teknik güvenle uygulanabilmektedir.Dikişsiz implant uygulamasının avantajları olarak;Ağrı ve kanama olmaması.Diş etinde kesi yapılmaması dolayısıyla dikiş atılmasına gerek kalmaması.İşlem sonrası ağrı ve şişlik oluşmaması.Klasik yönteme kıyasla işlem süresinin çok daha kısa olması.Uygun vakalarda protezin aynı gün başlanabilmesi dolayısıyla bekleme süresinini ortadan kalkması olarak sayılabilir.”,*

-“İmplant Diş Tedavisi” başlığı altında; *“(…)İmplant tedavisiyle beraber;İyi bir estetik.Kendi dişleriymiş gibi rahatlıkla yemek yiyebilme, sağlıklı ve dengeli beslenme.Rahatlıkla konuşabilme.Özgüvenin artmasıyla daha mutlu, sosyal bir hayat.Rahatlıkla gülümseyebilme sağlanabilmektedir.Günümüzde implantlar doğru teşhis, yeterli bilgi, tecrübe ve ekipmanla uygulandığında hasta açısında çok iyi sonuçlar vermekte ve uzun yıllar sorunsuzca kullanılabilmektedir.(…)”,*

-“Porselen Lamina” başlığı altında; *“(…)Tedavi süresi kısadır, iki veya üç seansta yepyeni bir gülüşe sahip olunabilir.(…)Bütün bu işlemler yapılırken dişlerden mümkün olduğunca az doku kaldırılarak, doğal ve aynı zamanda estetik yeni bir gülüş elde edilir.(…)ve bu sayede enerjik ve doğal güzelliğin sağlanmasında, dişlerine zarar vermeden güzel bir gülüşe kavuşmak isteyen herkese porselen laminalar uygulanabilir.(…)2 ya da 3 randevuda yepyeni bir gülüşe kavuşursunuz.(…)”,*

-“Zirkonyum Dişler” başlığı altında; *“(…)Alt yapıda metal yerine porselen kullanılması ışık geçirgenliğine izin vermekte ve daha estetik ve doğal protezlerin yapılmasını sağlamaktadır.(…)”,*

-“Diş Beyazlatma ve Dental Spa” *başlığı altında; “Taze bir nefes, beyaz dişler ve sağlıklı diş etleri için dental spa uygulaması yapılmaktadır.(…)Diş beyazlatma işleminden sonra daha beyaz bir gülümsemeyle kliniğimizden ayrılabilirsiniz.(…)”,*

-“Porselen Laminalar” başlığı altında; *“(…)Tedavi süresi kısadır, iki veya üç seansta yepyeni bir gülüşe sahip olunabilir.(…)Bütün bu işlemler yapılırken dişlerden mümkün olduğunca az doku kaldırılarak, doğal ve aynı zamanda estetik yeni bir gülüş elde edilir.(…)ve bu sayede enerjik ve doğal güzelliğin sağlanmasında, dişlerine zarar vermeden güzel bir gülüşe kavuşmak isteyen herkese porselen laminalar uygulanabilir.(…)2 ya da 3 randevuda yepyeni bir gülüşe kavuşursunuz.(…)”,*

-“Aftlar” başlığı altında; *“(…)Kliniğimizde lazer uygulamaları ile aftlar kolaylıkla tedavi edilebilmektedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer verilen ifade ve görüntülerin; tabipler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırılık oluşturduğu, ayrıca sözü edilen görüntü ve ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- 3/2/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Dent Ege Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 i-nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2014/1806**

**Şikayet Edilen:** **Başakşehir Ortodonti Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.basaksehir.com](http://www.basaksehir.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.1.2014, 26.1.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait;

- [www.basaksehirorto.com](www.dentamalatya.com) adresli internet sitesinin 23.1.2014 tarihli görünümünde; ana sayfada, *" Bir fincan kahvenin 40 yıl hatırı vardır.Kliniğimize gelin size kahve ısmarlayalım.Çocuklarınız bizim için değerli.Siz muayene olurken çocuklarınız oyun havuzunda dilediğince vakit geçirebilir.Uzman doktorlarımız.Her daim sizi güzel gülümsetmek için uğraşıyor."* ifadeleri ile kliniğe ait görüntülere yer verildiği,

- <www.facebook.com> adresli internet sitesinin 26.1.2015 tarihli görünümünde; kliniğe ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

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

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Başakşehir Ortodonti 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.

**38)**

**Dosya No: 2014/1807**

**Şikayet Edilen:** **Platin Estetik Diş Hekimliği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.1.2015, 24.2.2015, 25.2.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 20.1.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfasında; “*8 noktada lifting tekniği ile doğal yüz hatlarınızı ortaya çıkarın! İyi eğitimli, tecrübeli, uzman doktor kadrosuyla önce kalite bilinci ile zamanında ve herkese doğru hizmet vermek ana hedefimizdir. Sağlık alanında uzun yıllardır hizmet veren bir klinik olarak hastalarımızın memnuniyeti öncelikle üzerinde durduğumuz konulardan biridir. Tedavi hizmetleri; Ortodonti, İmplantoloji, Estetik Diş Hekimliği, Laminate Veneer, Zirkonium, Empress Porselen, Diş Beyazlatma, Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi, Dişeti Hastalıkları, Dijital Panoromik Röntgen vb. gibi tüm tedaviler kliniğimizde yapılmaktadır.Doğal gülüşler.Terlemeye son!Aşırı terleme sorununu Botox ile çözün!Önlenebilir bir sorun olan aşırı terlemenin hastanızın hayatını olumsuz etkilemesine izin vermeyin.Aşırı terleme tedavisinde Botox’un terlemede %83 azalma sağladığı,hastaların %93’ünün memnuniyetini,doktorların %92’sinin ise yüksek memnuniyet sağladığı görülmüştür.”*,

- Hakkımızda” başlığı altında, *“İyi eğitimli, tecrübeli, uzman doktor kadrosuyla önce kalite bilinci ile zamanında ve herkese doğru hizmet vermek ana hedefimizdir. Sağlık alanında uzun yıllardır hizmet veren bir klinik olarak hastalarımızın memnuniyeti öncelikle üzerinde durduğumuz konulardan biridir.(…)”,*

-“Ortodonti uygulama örneklerimiz” başlığı altında, “*Bu alanda en sorunlu olan dişlerde bile mükemmel değişimler sağlıyoruz*.” ifadeleri ile,

-“Onlara gülümsemelerini verin” başlığı altındaki *“Ortodonti uygulamalarını görüntülemek için tıklayınız”* butonuna basıldığında yönlendirilen <www.flicker.com> adresli internet sitesinde; tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Aynı adresli internet sitesinin 24.2.2015 tarihli görünümünde;

-“Laminate Veneer Prosedürü” başlığı altında, *“(…)Böylece üç gün gibi kısa bir süre hayalini kurduğunuz gülüşe sahip olmuş olursunuz.”,*

-“Laminate Veneer” başlığı altında, *“(…)Bu anlamda sosyal toplumda yeni tanışmalarda ve toplantılarda ve özellikle kendine saygısı, güveni olan kişilerde ağız diş sağlığı bakımı Diş estetiği çok öne çıkan çarpıcı bir unsurdur.Gülümseme ile birlikte bütünlük teşkil eden estetik dişler kişinin kariyer, özgüven ve ağız sağlığı ile birlikte çevresindeki kişilere saygısını ifade etmekle birlikte cevredende saygı ve hayranlık kazanırlar.(…)”,*

-“Porselen Dolgular” başlığı altında, *“Bu porselen dolgunun hazırlanmasında en ileri teknoloji kullanılır.(…) Laboratuvarda hazırlanan porselen dolgularda, üstün estetiğin yanı sıra komşu dişlerle optimum düzeyde kontak sağlanmaktadır.(…)”,*

-“Aşırı Terleme Sorununda Botoks ile Çözüm” başlığı altında, *“Aşırı terleme tedavisinde Botox’un: Terlemeyi %83 azalma sağladığı, hastaların %93’ünün memnuniyetini, doktorların %92’sinin ise yüksek memnuniyetini sağladığı görülmüştür.* *Aşırı terleme sorununu Botox ile çözün!Önlenebilir bir sorun olan aşırı terlemenin hastanızın hayatını olumsuz etkilemesine izin vermeyin.Aşırı terleme tedavisinde Botox’un terlemede %83 azalma sağladığı,hastaların %93’ünün memnuniyetini,doktorların %92’sinin ise yüksek memnuniyet sağladığı görülmüştür.”,*

-“Yüz Gençleştirme ve Yüz İyileştirme” başlığı altında, *“Kendimizi sizinle birlikte periorbital alanı yeniden canlandırmaya adadık. Hastanız tek bir tedavi noktasına odaklanmış olabilir. Allergan, perioribital tedavide bütünsel yaklaşımın sonucu olan katlısını vurgulamanıza yardımcı olmaktadır. Ayrıca VYCROSS ürünleri, minimal invazif kozmetik tedavilerdir, dolayısıyla iyileşme süreci kısadır ve hastanın kısa sürede günlük rutinine geri dönmesini sağlar.Onun gördüğü sizin gördüğünüz.VYCROSS ürün yelpazesi ile yüz gençleştirme ve iyileştirmede bütünsel yüz yaklaşımı.Sizin deneyiminiz ve tutkunuz, bizim benzersiz ve yenilikçi ürün portföyümüz.Kendimizi sizinle birlikte periorbital alanı yeniden canlandırmaya adadık.Hastanız tek bir tedavi noktasına odaklanmış olabilir.Allergan, periorbital tedavide yaklaşımın sonuca olan katkıssını vurgulamanıza yardımcı olmaktadır.Ayrıca VYCROSS ürünleri, minimal invazif kozmetik tedavilerdir, dolayısıyla iyileşme süresi kısadır ve hastanın kısa sürede günlük rutinine geri dönmesini sağlar.”*

-“Ağrı olacak mı?” başlığı altında, *“(…)Sizlerin diğer hastalarımıza, implant tedavisinden sonra nasıl hissettiklerini sormanızı isteriz. Doktorlarımız ve ofis ekibimiz kendinizi rahat hissetmeniz için her zaman yanınızdadır.”* ifadeleri ile,

-“İmplant Uygulamaları, İmplant ve Doğal Diş Bir Arada, Laminate Veneer Tedavisinin Avantajları Nelerdir?” başlıkları altında ve “Laminate Veneer” başlığı altındaki *“Laminate veneer uygulamalarını görüntülemek için tıklayınız”* butonuna basıldığında yönlendirilen <www.flicker.com> adresli internet sitesinde; tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

-“İmplant Uygulama Örneği” başlığı altında, klinikte uygulanan implant tedavi hizmetinin videolarına yer verildiği,

Aynı adresli internet sitesinin 25.2.2015 tarihli görünümünde; ana sayfada *“Günün her anında gülümsemenize güvenin.”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- 3/2/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2014/1808**

**Şikayet Edilen:** **Buse Çolpan Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.1.2015, 5.2.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 20.1.2015 tarihli görünümünde;

- “İnsan kaynakları” başlığı altında; “ *Buse Çolpan Diş Polikliniği insan kaynakları yapısı, mesleki ve kişisel gelişimi odak almış bir yapıdadır.Bu gelişimin en önemli şartı ise sürekli kılınmasıdır. Başarı ancak bu sayede gelmektedir. Çalışanlarımız her hafta düzenli mesleki ve kişisel gelişim alanlarında eğitim görmektedir.*”,

- “Ekibimiz” başlığı altında Dr. Murat ÇOLPAN’ın özgeçmişinde; “(…)*Çocukluk çağlarından kalan Diş Hekimi korkusunu mesleğine pozitif olarak yansıtmaya çabalayarak, hekim korkusunu ortadan kaldırmayı hedefleyen ve modern Diş Hekimliğinin tüm tedavi hizmeti seçeneklerinin sunulduğu bir klinik kurmanın heyecanı ile sizlerle olmaya devam etmektedir.(…)*”,

- “ Hakkımızda ” başlığı altında; *“(…)2010 Kasım ayı itibarı ile yeni tesislerinde 7 gün - 24 saat hizmet vermeye başlamış bulunmaktadır. Toplam 1000m2 lik alanda, 11 tedavi ünitesi, dijital panoromik ve sefolometrik görüntüleme birimi, cerrahi kliniği, çocuk kliniği, ortodonti kliniği, lazer kliniği, oral diagnoz kliniği, seminer salonu, çocuk oyun salonu gibi birimleri ile farklı bir tedavi konsepti uygulanmaktadır*.”,

- “Vizyon-misyon” başlığı altında; “*Vizyon: Kurumsal diş hekimliği çalışma prensiplerine uygun olarak çalışarak bölgesel, ulusal ve uluslararası alanda ağız ve diş sağlığı konusunda tedavi seçeneklerini sunmak… Misyon: Çalışmalarını sağlık gibi önemli bir sektörde olmanın verdiği hassasiyet ile işletmesel boyutta mükemmellik olgularını harmanlayarak disiplin altında yürütmek… Değerler: Toplumsal ve bireysel sağlık, Mesleki sorumluluk, Sosyal sorumluluk, İş ahlâkı, Kişisel ahlak, dürüstlük ve sorumluluk, Uygun teknoloji, Global bakış açısı, Hasta Haklar, Saygı, Gelişim.*” ifadeleri ile,

-“Merkezimiz” başlığı altında; kliniğe ait görüntülere yer verildiği,

Aynı adresli internet sitesinin 5.2.2015 tarihli görünümünde;

- “Tedavilerimiz - Estetik Diş Hekimliği” başlığı altında; *“(…)dolgunuz yapıldıktan sonra yemek yemek için beklemenize gerek yoktur, klinikten çıkar çıkmaz istediğiniz gibi yemek yiyebilirsiniz.(…)CERCON porselen lerin hazırlanışında CAD/CAM sisteminin yardımıyla 3 boyutlu tasarımlar yapılmakta ve daha estetik, daha doğal porselenler hazırlanabilmektedir.(…) Diş eti uyumu da klasik metal alt yapılı porselenlere gore çok daha iyidir.Diş eti hastalıklarında ya da dişeti çekilmelerinde sıkça görülen diş eti morlukları zirkonyumda görülmez. Hem ön hem de arka dişlerde güvenle kullanılabilen ileri teknoloji ürünü bir malzemedir. Özetle CERCON porselenler, günümüzde hastalarımıza estetik açıdan önerdiğimiz en başarılı tedavi seçeneğidir.(…)”,*

-“Tedavilerimiz - Cerrahi” başlığı altında; *“(…)Lokal anestezi altında kolaylıkla yapılan implant uygulamaları sağlam, rahat ve güvenilir bir uygulamadır.(…)Yeni dişlerinizle en kısa sürede sağlıkla gülümsemeye başlarsınız.(…)”,*

-“Tedavilerimiz – Koruyucu Diş Hekimliği” başlığı altında; *“(…)Bu nedenle kliniğimizde profesyonel TOPİKAL FLUORİD uygulamaları yapılmaktadır.(…)”* ifadeleri ile,

-“Tedavilerimiz - Estetik Diş Hekimliği, Tedavilerimiz – Beyazlatma, Tedavilerimiz – Cerrahi, Tedavilerimiz – Protez” başlıkları altında; tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

-“Tedavilerimiz – Lazer Destekli Diş Hekimliği, Tedavilerimiz – Cerrahi” başlıkları altında; klinikte kullanılan cihazlara ait görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

-3/2/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Buse Çolpan 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.

**40)**

**Dosya No: 2014/1809**

**Şikayet Edilen:** **Özel Ülker Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.1.2015, 25.2.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 20.1.2015 tarihli görünümünde; “Polikliniğimiz, Galeri” başlıkları altında; kliniğe ve klinikte kullanılan cihazlara ait görüntülere yer verildiği,

Aynı internet sitesinin 25.2.2015 tarihli görünümünde;

- “Hakkımızda” başlığı altında; “*(…) yer alan modern kliniğinde hizmet vermektedir. (…) tedavi gereken durumlarda ise en uygun tedavi yönteminin uygulanmasına gösterilen özen başlıca çalışma disiplinimizi oluşturmaktadır.(…)Muayenehanemiz halkımızdan gelen talep doğrultusunda büyümeye ve daha kaliteli hizmet vermek için son teknolojik cihazları kullanmaya başlamıştır.Ayrıca her türlü diş sağlığı sorunu ile gelen hastaları başka yere yönlendirmeye gerek kalmadan çözüm sunmaya başlamıştır.Muayenehanemiz artık Özel Ülker Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniğinin açılması ile daha kurumsal bir yapıya kavuşmuştur. Şu anda aynı anda 7 diş hekimi ile hastalarımıza daha hızlı ve kaliteli bir hizmet vermekteyiz.”,*

- “Kurumsal-Değerler” başlığı altında; ”*Önce Hasta ve Ailesi, Önce Tıp Etiği ,Ölçümlere Dayalı Hizmet, Dayanışma, Sürekli Gelişim, Samimiyet/Merhamet, Kalıcı Güven.Misyon, vizyon ve değerlerimiz doğrultusunda; Birlikte çalıştığımız ve hizmet verdiğimiz insanları önemsiyoruz. Hastalarımızın haklarını koruyor ve onların haklarına saygı gösteriyoruz. Hastalarımızın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik en etkin yöntemleri kullanıyoruz.”,*

-“Kliniğimiz-Teknik özellikler” başlığı altında; “*Beş diş ünitesinin bulunduğu klinikte her türlü diş tedavisi için ekipmanlar, implant setleri, dijital röntgen (rvg-radiovizyografi), ağız içi dental kamera, bilgisayarlı hasta takip-randevu sistemi bulunmaktadır.*”*,*

- “Kliniğimiz-Sterilizasyon ve Dezenfeksiyon” başlığı altında; *“(…)Bu kuralların etkin ve eksiksiz uygulanabilmesi için, diş hekimi kadromuz, doktor yardımcı personelimiz ve hasta koordinatörümüz sürekli eğitime tabi tutulmaktadır.(…)Kliniğimizdeki Genel Uygulamalar:* *Kliniğimizin genel temizliğinin sağlanması ve korunması için; güne başlanmadan önce detaylı bir temizlik yapılır. Gün içinde hastalarımız rahatsız edilmeden gerekli temizlik işlemleri uygulanır ve gün sonunda tekrar genel bir temizlik yapılıp klinik kapatılır.* *Tedavisi tamamlanan her hastadan sonra, hastanın oturduğu koltuk, kullanılan aletler, çalışma sırasında eldiven ile dokunulan her yer özel yüzey dezenfektanları ile dezenfekte edilir ve bir sonraki hasta için hazır hale getirilir.* *Tükürük emici, plastik bardak, koltuk baş örtüsü, aletlerin konulduğu tabla örtüsü toplanıp enfekte atık çöpüne atılır. Dezenfeksiyon işlerinin sonrasında bunların hepsinin yeni ve temizi hazırlanır.* *Tüm tedavi araç - gereç ve aletler temizlenir, steril - dezenfekte edilir ve tekrar kirlenmemesi için temiz ve kapalı bir ortamda kullanıma kadar korunur.* *Tedavi sürecinde hastaları korumak amacıyla tek kullanımlık hasta önlüğü kullanılır. Gözlere yabancı cisim gelmemesi ve mikrop bulaşmaması için, hastalarımıza özel koruyucu gözlükler takılırProtez hastalarından alınan ölçüler, teknisyene gönderilmeden önce dezenfekte edilir ve teknisyenden gelen protezler hastaya uygulanmadan önce mutlaka dezenfekte edilir.* *Hasta tedavilerinden sonra toplanan atıklar, tek kullanımlık malzemeler, çöpler ENFEKTE ATIK olarak değerlendirilir. Bu çöpler, çevre insan sağlığına zarar vermemesi için özel olarak toplanır; yırtılıp dağılmasına yol açmayacak ve sızdırmaz şekilde paketlenir. Bundan sonra, imha edilmesi için İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesindeki İSTAÇ tarafından kliniğimizden alınır ve özel yöntemler ile bertaraf edilir.”*

- “Hizmetlerimiz-Estetik Diş Hekimliği” başlığı altında, *“Gülüşünüz tekrar tasarlanabilir. (…)Güzel bir görünüm ve gülümseme: Güzel bir görünüm ve gülümseme o kişiye yönelik olumlu duygu ve düşüncelerin artmasına neden olur. Bu da kişinin özgüveninin artmasına katkı sağlar. Kişi kendi kendiyle barışık ve mutlu olur.* *Kendine güvenen: Kendine güvenen insanlar ruhsal olarak da gelişirler. Yaratıcılıkları gelişir. Güzel bir gülümsemenin ışığı ilişkilere çok fark katar. Gülümsemenizden memnun değilseniz. Gülümsemenizin sizi yansıttığını düşünmüyorsanız.Veya gülümsemenizin sizi daha farklı yansıtmasını istiyorsanız (daha seksi, feminen, maskülen, çocuksu…)Gülerken elinizle ağzınızı kapatma ihtiyacı duyuyorsanız.”* ifadeleri ile,

-*“Ana sayfa, Kliniğimiz-Teknik Özellikler, Kliniğimiz-Sterilizasyon ve Dezenfeksiyon, Hizmetlerimiz-Diş Beyazlatma, Hizmetlerimiz-Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi”* başlıkları altında; kliniğe ve klinikte kullanılan cihazlara ait görüntülere yer verildiği,

-*“Ana sayfa, Hizmetlerimiz-Diş Beyazlatma, Hizmetlerimiz-Ortodonti, Hizmetlerimiz-Dolgular, Hizmetlerimiz-Estetik Diş Hekimliği, Hizmetlerimiz-İmplant”* başlıkları altında; tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- 3/2/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Ülker 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.

**41)**

**Dosya No: 2015/118**

**Şikayet Edilen:** **Nalan KOLCUOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 6.3.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 6.3.2015 tarihli görünümünde;

- "Ortodonti-Diş ve Çene Bozuklukları" başlığı altında; “ (...)vakalarda yer kazanmak amacıyla uyguladığımız farklı tedavi yöntemleriyle ve/veya çekimli ortodontik tedaviyle çeneler ve dişler arasındaki armoni sağlanır.(...) Basit bir cerrahi müdahale ve beraberinde sabit ortodontik tedaviyle bu estetik problemi düzeltmek mümkündür.(...) sabit ortodontik tedaviyle diş yerine getirilip doğru fonksiyon ve estetik sağlanır”,

- "Ortodonti-Ortodontik Tedavi Şekilleri" başlığı altında; " (...)ileri teknoloji ürünü çeşitli kalınlıkta ve bükümlerde teller yerleştirilir.(...)Güzel bir gülümseme ve güzel dişler kişinin kendine olan özgüvenini artıracağı gibi sosyal yaşantısında da olumlu etkiler yaratır.Bireyin toplumdaki yerinde güzel bir gülüşün ve estetiğin önemi kaçınılmazdır.(...)Daha sonra sizin için en etkili, en kısa süreli ve en estetik tedavi planı size sunulacaktır.(....)" ifadeleri ile,

- Ana sayfa da ve Kliniğimiz başlığı altında; klinik ile klinikte kullanılan alet ve teçhizatın görüntülerine yer verildiği;

- Ortodonti-Diş ve Çene Bozuklukları ile Ortodonti-Ortodontik Tedavi Şekilleri başlıkları altında, hareketli görüntü ile tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

- Ortodonti-Diş ve Çene Bozuklukları, Pedodonti-Biberon Çürüğü Nedir? Korunmak İçin Ne Yapmak Gerekir? ve Pedodonti-Acil Yaklaşım Gerektiren Diş Sorunları Nelerdir? başlıkları altında; söz konusu hastalıklara ilişkin görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- 3/2/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2015/121**

**Şikayet Edilen:** **Özel Dentiz Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.2.2015, 26.2.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 18.2.2015 tarihli görünümünde;

- “Kliniğimiz” başlığı altında; “(…)Diş Hekimliği teşhis ve tedavisi için gerekli tüm donanımıyla birlikte deneyimli, güven veren doktorları ve güler yüzlü personeli ile Cumhuriyet Bulvarı No:99 K:1/2 Pasaport-Konak-İZMİR adresinde hizmet vermektedir. Vizyonumuz: Hizmet verdiğimiz tıbbi alanlarda hastalarımıza en kaliteli hizmeti vermeyi ilke edindik. Kendi alanlarındaki en iyi doktorlarla, uluslararası kalite standartlarında, verdiği hizmetleri mümkün olan en iyi koşullarda sunarak hasta haklarını ve memnuniyetini en üst düzeye yükseltmeyi hedefliyoruz. Hastalarımızın diş hekimliği hizmetinde güvenerek başvuracakları öncü bir kuruluş olmayı hedefliyoruz.”,

- “Hekimlerimiz” başlığı altında; ”SİNAN KARAKOZAK (…) 24 yıllık mesleki tecrübesi dahilinde diş hekimliğinin her dalında hizmet vermektedir. İmplant, cerrahi, koruyucu ortodonti dallarında tecrübeye sahiptir(…)ÖZLEM KARAKOZAK(…)24 yıldır mesleğini başarıyla devam ettirmiş olup diş hekimliğinin her dalında hizmet vermektedir. Estetik diş hekimliği, koruyucu ortodonti ve implantoloji konusunda almış olduğu eğitimleri kliniğimizde donanımlı olarak uygulamaktadır(…)”,

- “Ortodonti” başlığı altında; “(…)Dişhekimi olarak amacımız sizi en güzel ve en sağlıklı gülümsemeye kavuşturmaktır. Ortodonti tedavisi sizi daha güzel bir gülümsemeye kavuşturur(…)Ortodontik tedavi, dişlerinizdeki ve çene kemiklerinizdeki bozuklukları düzeltir. Bunun sonucunda yüzünüz ve gülümsemeniz, daha güzel ve etkili bir görünüme sahip olur(…)Çocuğunuzun Yüz Gelişimini Yakından İzleyin!.. İyi Bir Gülümseme ile her zaman daha öndesiniz(…)”,

- “Estetik Diş Hekimliği” başlığı altında; “Bir dişimizi ya da birden çok dişimizi kaybettiğimizde yaşamımız hem sağlık yönünden hem de sosyal ilişkilerimiz yönünden güçleşir yaşamımızı daha kolay ve daha güzel kılabilmek için başvuracağımız diş estetiğine değişik diş tedavi yöntemleri vardır(…)” ifadeleri ile,

- “Periodontoloji” başlığı altında; tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

Aynı adresli internet sitesinin 26.2.2015 tarihli görünümünde;

- “Kliniğimiz” başlığı altında; klinik ile klinikte kullanılan alet ve teçhizatın görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer verilen ifade ve görüntülerin; tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu nedenle, söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, 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,

- Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin 5/c maddesi,

- 3/2/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Dentiz Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2015/153**

**Şikayet Edilen:** **Özel-Sin Ağız ve Diş Sağ. Hiz. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti. (Özel** **Ata Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/2/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *(...) 2006 yılında Alsancak'ta kurulan ve 2008 yılında Urla'da da bir şube hizmete açan Ata Diş Polikliniği halen geniş hekim kadrosuyla çalışmalarına devam etmektedir (...)”* şeklinde ifadelere ve klinik görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait [www.atadis.com.tr](http://www.atadis.com.tr) adresli internet sitesinde; *(...) 2006 yılında Alsancak'ta kurulan ve 2008 yılında Urla'da da bir şube hizmete açan Ata Diş Polikliniği halen geniş hekim kadrosuyla çalışmalarına devam etmektedir (...)”* şeklinde talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve klinik görsellerine yer verilerek 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 40 ıncı maddesi,

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

-3/2/2015 tarihli ve 29256 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

-10/1/2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

1. Buna göre, reklam veren **Özel-Sin Ağız ve Diş Sağ. Hiz. İth. İhr. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2015/263**

**Şikayet Edilen: MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş. (Liv Hospital)**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Yarın Bu Yazıyı Çok Net Okuyabilirsiniz"*** ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak-Şubat 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Muhtelif

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda yer alan söz konusu kuruluşa ait tanıtımlarda; *“ (...) Yarın Bu Yazıyı Çok Net Okuyabilirsiniz (...) Optilasik teknolojisiyle (...) Gözlük ve Lens kullanmaya mecbur değilsiniz (...)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait *“(...) Yarın Bu Yazıyı Çok Net Okuyabilirsiniz (...) Optilasik teknolojisiyle (...) Gözlük ve Lens kullanmaya mecbur değilsiniz (...)”* ibareli tanıtımlar ile sağlık alanında hizmet veren söz konusu kuruluş lehine talep yaratıldığı, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca kuruluşun bünyesinde hizmet verilen "lazer" tedavi yöntemi ön planda tutularak, "gözlük" ve "lens" gibi diğer tıbbi uygulamaların kötülendiği; 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, 14, 20 ve 21 inci maddeleri,

-10/1/2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 10, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2015/388**

**Şikayet Edilen: MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş. (Liv Hospital)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <www.livhospital.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/3/2015, 18/3/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *“ (...) Hastalara misafir odaklı yaklaşımı, tecrübeli hekim kadrosu ve multidisipliner çalışmayı bir araya getirerek, hastalarından aldığı değerle büyüyen Liv Hospital Grup, güvenilir ve kaliteli sağlık hizmetinin öncüsü olmayı hedefliyor. İleri tanı ve tedavi yöntemlerini dünyayla eş zamanlı kullanmayı hedefleyen Liv Hospital Grup olarak amacımız “sağlığınız”. Açıldıktan çok kısa bir süre sonra Amerikan kökenli Joint Commission International (JCI) kalite akreditasyon sertifikasını ve Avrupa ISO belgesi olan TÜV’ü alarak uluslararası ölçülerde yüksek sağlık kalitesini yakalayan Liv Hospital İstanbul, hizmette bir yılı geride bıraktı. Giderek büyüyen bölümleri, teknolojisi, ekibi ve insan hayatına verdiği değere gönülden bağlılığıyla bugün nice başarılı yılları hedefleyen Liv Hospital Grup, sağlık sektöründe referans merkezi olma yolunda hızla ilerliyor. (...) Türkiye’de ilk defa Liv Hospital’da uygulanan OptiLASIK sistemi sayesinde gözlük ve kontakt lensin sorun olmaktan çıkıyor. WaveLight EX500 Excimer Lazer ve Wavelight FS200 Femtosecond Lazer adı verilen iki cihazın birleşiminden oluşan sistem pek çok göz kusurunu düzeltmede başarıyla kullanılıyor. Göz Bozukluklarına Bıçaksız Tedavi - Lazer göz cerrahisinde uygulama alanları oldukça gelişti. Lazer ilk dönemlerde sadece miyop gurubuna uygulanırdı, günümüzde hipermetroplara, yakın görme problemlerine, hastalık ya da travma sonrası kornea (saydam tabaka) yüzey düzensizliklerine, saydam tabakadaki lekelere, kornea nakillerine, nakil sonrası oluşan göz kusurlarını düzeltmeye kadar pek çok göz kusurunda lazerin başarıyla kullanılıyor. WaveLight EX500 Excimer Lazer ve Wavelight FS200 Femtosecond Lazer adı verilen iki cihazın birleşiminden oluşan OptiLASIK sayesinde son derece hızlı, güvenli ve kesinlikle acısız göz kusurlarına çözüm getiriliyor. Altı saniyede flap oluşturabilen cihaz, işlem sonrasında komplikasyon oluşumunu azaltıyor. Cihazın özellikleri sadece göz bozukluklarını düzeltmekle sınırlı değil. Tüm bu işlemler bıçak kullanılmadan yapılıyor. Kişiye Özel Tedavi - WaveLight Ex500 sistemi Türkiye’ye ilk defa Liv Hospital’da uygulanmaya başlıyor. Göze uygun lazer programının seçilmesi, teknolojik altyapı ve uygulamaları yapacak bu konuda eğitimli doktor kadrosu gerektiriyor. Cihaz sayesinde kişinin ihtiyacı belirleniyor. Dolayısıyla hiç kimseye standart bir yöntem kullanılmıyor. Kişinin ihtiyacı ne ise ona göre hareket edilebiliyor. İdeal sonuç için hasta yararını birinci öncelik gören, yeni teknolojiyi kullanan, bunu konuda yetişmiş doktorlarla çalışan klinikler gerekiyor. Liv Hospital kurumsal yapısı, lazer cihazları ve kadrosu ile bu tanıma tam olarak uyuyor. (...) Liv Hopital Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği’nde uzman hekimler tarafından; tüm bu tedavilerin başarılı sonuçlanması için kişinin yüz tipi, cinsiyeti, ten rengi belirlenerek kişiye özel gülüş tasarımı yapılmaktadır. (...) Liv Hospital Anestezi ve Reanimasyon Bölümü anestezi uzmanları tanı, tıbbi tedavi ve hastaların yaşam kalitesini artırmak için diğer bölümlerle tam entegre şekilde kaliteli ve güvenli sağlık hizmeti vermektedir. Bölüm deneyimli uzman kadrosuyla 7 gün 24 saat kaliteli ve güvenli anestezi hizmeti vermektedir. Anestezi teknikerleri, anestezi uzmanlarının denetiminde sürekli klinik ve teorik eğitim almakta ve mesleki eğitim seminerlerine katılmaktadır. Anestezi ekibi hastanenin anestezi gerektiren tüm alanlarında (Ameliyathane, endoskopi ünitesi, doğumhane, kadın-doğum müdahaleleri, MR, radyoloji, acil servis ve IVF) başarıyla hizmet vermektedir. (...)”* şeklinde ifadelere ve klinik görsellerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: söz konusu kuruluşa ait** [www.livhospital.com.tr](file:///D:\Users\20228359674\Desktop\www.livhospital.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ifadelerin ve klinik görsellerinin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yaptığı, kuruluş faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

-10/1/2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 10, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **MLP Sağlık Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

1. **Dosya No: 2014/1043**
2. **Şikayet Edilen:** **Laçin Beauty And Esthetic Center (Laçin Güzellik)**
3. **Şikayet Edilen Reklam:** [www.ankaraguzellikmerkezleri.com](http://www.ankaraguzellikmerkezleri.com), [www.firmasec.com](http://www.firmasec.com) gibi
4. muhtelif internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlar.
5. **Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2014
6. **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet
7. **Tespitler:** [www.ankaraguzellikmerkezleri.com](http://www.ankaraguzellikmerkezleri.com) adresli internet sitesinin 20.07.2014 tarihli görünümünde, *"Kavitasyon”* şeklide ifadeye; diğer yandan [www.firmasec.com](http://www.firmasec.com) adresli internet
8. sitesinin 20.07.2014 tarihli görünümünde ise, *“deneyimli ve güleryüzlü ekibinizle estetik ve güzellik sektöründe; vakumlu kavitasyon, G-5 bölgesel zayıflama ve selülit tedavileri”* şeklinde
9. ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.
10. **Değerlendirme/Karar:** [www.ankaraguzellikmerkezleri.com](http://www.ankaraguzellikmerkezleri.com) adresli internet sitesinin 20.07.2014 tarihli görünümünde, anılan kuruluş bünyesinde *" Kavitasyon”* yapıldığı; diğer yandan [www.firmasec.com](http://www.firmasec.com) adresli internet sitesinin 20.07.2014 tarihli görünümünde ise, *“deneyimli ve güleryüzlü ekibinizle estetik ve güzellik sektöründe; vakumlu kavitasyon, G-5 bölgesel zayıflama ve selülit tedavileri”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle mevzuata aykırı işlem ve tanıtımlar yapıldığı değerlendirilmektedir.

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 özelliklediyabet, koroner kalp hastalığı koagülasyon bozuklukları, hipertansiyon gibi kalp damarsistemi 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 uygunolmadığını, dahiliye uzmanı, dermatolog ve plastik cerrahın bulunduğu sağlık kuruluşlarında uygulanmasının uygun görüldüğü,*

1. ***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.
3. Sonuç olarak yukarıda bahsedilen yöntemlerin uygulamasına karar verilmesinde mutlaka ilgili
4. uzman hekimce/hekimlerce kişilerin değerlendirilmesi gerektiği, bu yöntemlerin etkin kullanılmadığı takdirde yukarıda bahsedildiği gibi insan sağlığına zarar verebilecek birçok olası
5. yan etkilerinin olduğu görülmektedir. **Bu itibarla yukarıda anılan yöntemlerin yukarıda bahsedildiği şekilde ilgili uzman hekim tarafından veya uzman hekim gözetiminde sağlık**
6. **kuruluşlarında yapılması gerekmektedir.”** şeklinde yer alan ifadelerde de belirtildiği üzere;
7. tabip/sağlık kuruluşu tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin
8. verilmeyen “**Kavitasyon ve selülit tedavisi**” gibi tıbbi işlemlerin anılan kuruluş bünyesinde
9. uygulandığı ve tanıtımlarının yapıldığı anlaşılmaktadır.
10. Bilindiği üzere 15/02/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren
11. Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik ile güzellik salonlarının “sağlık kuruluşu” statüsünden çıkarılarak belediyeler tarafından ruhsatlandırılan işyerlerine dönüştürüldüğü; dolayısıyla söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan “**Kavitasyon ve selülit tedavisi**” tıbbi işleminin anılan kuruluş bünyesinde uygulanmasının yasak olduğu,
12. 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 *"Laçin Beauty And Esthetic Center*" ifadesinin kullanılması sonucu söz konusu kuruluşun bir estetik merkezi olduğu izlenimi yarattığı,
14. Nitekim anılan kuruluş yetkisi dahilinde olmayan tıbbi işlemleri yapmak ve bunlara ilişkin olarak yanıltıcı tanıtımlarda bulunmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve tecrübe ile bilgi eksiklerinin istismar edildiği değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;
15. -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,
16. - İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin "Sıhhi Müesseseler İçin Sınıflarına
17. ve Özelliklerine Göre Aranacak Nitelikler" başlıklı kısmının “J- GÜZELLİK SALONLARI" 16.1 bendi,
18. - 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,
19. - 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi,
20. hükümlerine aykırı olduğuna**,**
21. Buna göre, reklâm veren **Laçin Beauty And Esthetic Center (Laçin Güzellik)** isimli kuruluş
22. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları**
23. **durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**GIDA**

**47)**

**Dosya No: 2014/524**

**Şikâyet Edilen: M. Zafer POLAT**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.handepolat.com.tr](http://www.handepolat.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “***Karbonat Çayı”, “The LifeCo Yeşil Zincir Bitkisel Gıda Takviyesi”, “Yeşil Çay”*** adlı ürünlere yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2014, 03.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.handepolat.com.tr](http://www.handepolat.com.tr) adresli internet sitesinin 09.07.2014 tarihli görünümünde *“****Karbonat Çayı – Bakanlık izinlidir.****”* şeklinde ve bahsi geçen internet sitesinin 03.02.2015 tarihli görünümünde “***The LifeCo Yeşil Zincir Bitkisel Gıda Takviyesi – Kişinin başta bağışıklık sistemi olmak üzere vücudunun temel fonksiyonlarının düzgün çalışmasına ve onarımına destek olur (…) Yeşil Çay – Kanser riskini azaltır. Yeşil çay yemek borusu kanserini erkeklerde %57, kadınlarda %60 oranında önlemektedir. Yeşil çay düzenli içilmesi halinde prostat kanseri riskini üçte iki azaltmaktadır. Yeşil çay deri kanserine yol açan ultraviyole ışınların zararından korur (…)***” 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 **M. Zafer POLAT** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2014/534**

**Şikâyet Edilen: Yasin CAN**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.safirbitkisel.com](http://www.safirbitkisel.com) adresli internet sitesinde yer alan “***Orva Form Çayı”, “Nar Ekşili Pirenli Bitkisel Karşımlı Macun”, “Karbonat Çayı”*** adlı ürünlere yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.safirbitkisel.com](http://www.safirbitkisel.com) adresli internet sitesinin 16.10.2014 tarihli görünümünde “***Orva Form Çayı - Açlık hissini bastırır. Zayıflamaya yardımcı olur. Sindirimi kolaylaştırır. Mide ve bağırsaktaki gazları ve kabızlığı giderir. İdrar söktürücüdür. Vücutta bulunan fazla yağların yakılmasını ve toksinlerin atılmasını sağlar. Kilo kaybında oluşabilecek halsizlik ve güç kaybını ortadan kaldırır. Nar Ekşili-Pirenli Bitkisel Karışımlı Macun - Açlık hissini bastırır. Zayıflamaya yardımcı olur. Sindirimi kolaylaştırır. Mide ve bağırsaktakigazları ve kabızlığı giderir. İdrar söktürücüdür. Vücutta bulunan fazla yağların yakılmasını vetoksinlerin atılmasını sağlar. Kilo kaybında oluşabilecek halsizlik ve güç kaybını ortadan kaldırır. Karbonat Çayı – Vücudunuzun alkali seviyesini dengeleyerek içerisindeki 17 çeşit bitki ile çeşitli hastalıklardan korunarak sağlıklı zayıflamanıza yardımcı olur.***” 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 **Yasin CAN** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2014/536**

**Şikâyet Edilen: Mahmut ARDIÇ – Ardıç Şifaevi**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.karbonatcay.com](http://www.karbonatcay.com) adresli internet sitesinde yer alan “***Karbonat Çayı”*** adlı ürüne yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.karbonatcay.com](http://www.karbonatcay.com) adresli internet sitesinin 09.07.2014 tarihli görünümünde “***Karbonat Çay - Ayda 5 kilo vermek istemez misiniz? Sağlıklı kalıcı bir şekilde kilo vermenin tek yolu. Ayda 6 kilo vermeye yardımcı formül. Uzmanların tavsiyesi Tübaf Onaylı. Karbonat çayı içeriğindeki 16 bitkinin kombinasyonu sayesinde vücudun alkali düzeyini ayarlayarak birçok rahatsızlığın önlenmesinde, metabolizmanın sağlıklı olarak hızlanması ve sindirimin düzenlenmesinde etkilidir. Karbonat Çayı vücuttaki fazla ödemin ve fazla sıvının atılmasını sağlar. Karbonat Çayı mide şişkinliği, gaz problemleri, hazımsızlık gibi sorunların ortadan kalkmasına yardımcı olur. Karbonat Çayının içeriğindeki yağ yakımını sağlayan bitkiler sayesinde fazla kilolarınıza elveda diyebilirsiniz. Karbonat çayı vücudun asit oranını azaltarak baz değerlerini yükseltir. Bünyenin alkali seviyelerini yükselterek vücudun dengesine ulaşmasına yardımcı olur. Metabolizmayı hızlandırmanın yolu vücudun asit baz dengesini alkali seviyeye çekmekten geçer. Bunu yapmanın en doğal yolu ise karbonatlı çay içerek zayıflamaktır. Karbonatlı çayın alkali yapısı ise bu konuda bizlere büyük bir fırsat sağlıyor. Özellikle et ve karbonhidrat ağırlıklı beslenen kişilerde vücutta asit birikmesi oluşmakta ve bu durum da ister istemez kilo vermeyi neredeyse imkansız hale getirmektedir. Karbonatlı Çay sayesinde hızlı ve kalıcı zayıflama sağlayabilirsiniz. Karbonat Çayı İçeriğindeki Hangi Bitki Ne İşe Yarar-Karbonat- Vücudumuzdaki bir çok hastalığın en önemli sebebi olan asitik ortamı alkaliye çevirir. PH değerlerini yükseltir. Böylece sağlıklı bir bünyeye kavuşmamızı sağlar. Bedenimiz çürümemek (kanser olmamak) için kendisini Karbonatla alkali hale getirmektedir. Karbonatın, vücudumuz için dahili kullanımının son derece önemli ve gereksinim olduğu bilimsel araştırmalarla kanıtlanmıştır. Tükürük bezleri, mide, Brunner Bezleri (12 parmak bağırsağında bulunuyor), Pankreas, Karaciğer gibi başlıca organlarımız yüksek miktarda karbonat salgılayarak yediklerimizin öğütülmesini ve alkali halde sindirilmesini sağlar. Böbreklerimiz bünyeyi alkali tutmak zorundadır. Kiraz Sapı-Vücuttaki toksinlerin atılımını sağlar. Zayıflamada ve idrar yolları temizlemede oldukça etkilidir. Metabolizmayı hızlandırır. Mısır Püskülü-İdrar yollarında, böbreklerde biriken toksinlerin atımını sağlar. Yağ yakıcı etkisi vardır. Mesanedeki taşları düşürür. Mate-Vitamin olarak zengin olan mate zayıflarken güçsüz kalmamamızı sağlar. Vücuda direnç ve canlılık katar. Kalbi ve genel olarak bağışıklık sistemini güçlendirir. Yağ yakıcı etkisi vardır. Metabolizmayı hızlandırır. Funda-Vücuttaki yağları eritmede etkilidir. Terletici özelliği sayesinde toksinleri atmaya ve zayıflamaya yardımcı olur. Isırgan Otu-kan temizleyici ve iltihap sökücü etkileriyle ağrıların dinmesinde etkilidir. Mide, bağırsaklar, karaciğer, pankreas ve safra kesesini uyarıcı ‘’sekterin’’ adlı bir madde içeren Isırgan otu aynı zamanda demir bakımından da oldukça zengindir. Hibisküs-Kanın şeker oranını düzenleyerek insulin direnci sağlar. Zayıflamada çok önemli bir konu olan insülin direnci sayesinde acıkma hissini bastırır. Bağırsak yumuşatıcı etkisi vardır. Yeşilçay-Tüm dünyada toksin atıcı ve zayıflatıcı etkileri bilinmektedir. Vücuda direnç verir. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Papatya-Mide ve sindirim problemlerinde etkilidir. Hazımsızlığı önleyici ve gaz giderici etkileri vardır. Biberiye-Yağ yakıcı, ödem atıcıdır. Kekik-Kan şekerini düzenler. Yağ yakıcıdır. Rezene-Bağırsak sorunlarında ve gaz problemlerinde etkilidir. Bağırsak yumuşatıcı etkisi vardır. Avokado Yaprağı-Ödem atıcıdır. İdrar yolları ve böbreklerdeki taş ve kumların atımını sağlar. Toksitleri atar. Kırkkilit-Kas güçlendirici, ödem atıcı etkileri vardır. Kan şekerini dengeler. Melisa-Şişkinlik ve hazımsızlıkta etkilidir. Mideyi yatıştırır. Huzur vericidir. Karabaş Otu-Kanı temizlemede ve vücuttaki ödemin atılmasında etkilidir. Yatıştırıcıdır. Beyni güçlendirir.***” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda, 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 anılan ürün 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 **Mahmut ARDIÇ – Ardıç Şifaevi** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2014/831**

**Şikâyet Edilen: Koding Medya İletişim Rek. Ve Paz. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.womenist.net](http://www.womenist.net) adresli internet sitesinde yer alan “***Lactoferrin”*** ve ***“Kasai Gece”*** adlı ürünlere yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.womenist.net](http://www.womenist.net) adresli internet sitesinin 16.06.2014 tarihli görünümünde ***“Lactoferrin – Günde 1 adet alınan bağışıklık sistemi destekleyici hap. Formülün sahibi nobele aday. Tam gıda felsefesine uygun. Laktoz alerjisi olan kişilere de uygun. Sene boyunca burun bile akmıyor. Bağırsak sağlığının korunmasına destek, demir emilimini arttırıcı. Kasai Gece- Uyumaya yardımcı oluyor.”*** 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 **Koding Medya İletişim Rek. Ve Paz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2014/1748**

**Şikayet Edilen: Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Pazarlama İth. İhr. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://yesilcay.com> adresli internet sitesi ile [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitelerinin 24.12.2014 tarihli görünümlerinde yayınlanan videolarda;

***“Yeşil çay tüketiminin sağlığa faydaları nelerdir?*** başlığı altında; ***“…Yeşil çayla ilgili yapılmış çok araştırma var ama en dikkat çekici olan kanser ile ilgili yapılan çalışmalar. Çünkü pek çok çalışmanın ortak sonucuna göre yeşil çay düzenli bir şekilde tüketildiği zaman içindeki polifenoller sayesinde kansere karşı koruyuculuk gösteriyor. Diğer önemli bir bölüm, bağışıklık sistemini enfeksiyonlara karşı korumakla ilgili çalışmalar. Yine yeşil çayın düzenli tüketimiyle bağışıklık sistemini koruduğunu söyleyebiliriz. Hanımların en çok ilgisini çeken konu ise yeşil çayla ilgili formda kalmamıza yardımcı olur mu, yağ yakımını destekler mi. Evet, yeşil çayla ilgili yapılmış bazı araştırmalar diyor ki, özellikle karın bölgesi yağların yakılmasında düzenli yeşil çay içiminin etkisi var. Nasıl etki ediyor yeşil çay karın yağlarının yakılmasına? Bazı araştırma sonuçlarına göre yeşil çayın içindeki, hani şu söylenmesi zor madde, epi-gallo-kateşin-gallot maddesi, işte yağ yakımına yardımcı olan madde. Ama yeşil çayın faydaları bitmiyor. İçindeki yüksek floroid sayesinde hem kemik iltihaplanmalarının iyileşmesinde hem kemik sağlığında da destek oluyor diyebiliriz. Kalp sağlığı ile ilgili yapılmış çalışmalar da var. Kolestrol düşürücü etkisinin yanı sıra pıhtı ve inmeye sebep olan fibrinojen maddesinin miktarını azaltmada etkili olduğunu söyleyebiliriz. Daha fazla araştırma yapılmasına ihtiyaç olmakla birlikte bazı çalışmalar özellikle yine Alzheimer ve Parkinson hastalıklarının iyileşmesinde de korunmasında da yeşil çayın pozitif etkisinden bahsediyor…”****,*

**“*Bağışıklık sistemini destekleyen çaylar nelerdir?*”** başlığı altında; ***“…Peki hangi çaylar özellikle bağışıklık sistemi üzerinde etkili derseniz, yeşil çay ve ekinezyadan bahsetmek istiyorum size. Yeşil çay içerisindeki flavonoidler antioksidan, yani vücudumuzdaki oksidasyona karşı savaşıyor. Bu anlamda sistemi güçlendirdiği için aslında kanserden gribe kadar çok geniş bir yelpazede vücudumuzun savunma sistemini güçlendiriyor… ”****,*

***“Siyah çayın sağlık mucizesi nedir?”***başlığı altında;***“Çay beş bin yıldan beri içilen bir mucize olarak ilk önce Çinliler tarafından keşfediliyor. Uzun bir dönem ilaç olarak kullanıldığı biliniyor… Yapılan çalışmalar diyor ki, çayın içindeki flavonoidler aynen meyve sebzelerdeki etkiler gibi kalp sağlığını korumada önemli. Yapılmış bazı araştırma sonuçlarına göre günde üç fincan ya da daha fazla çay içenlerin felç geçirme riski daha az olarak bildiriliyor…”,***

***“Soğuk algınlığına iyi gelen çaylar nelerdir?”***başlığı altında;***“Kış aylarında boğaz ağrıları, öksürük, grip en sık şikayetlerin başında geliyor. Tabi ki bunlar için iyi bir beslenme, hekim kontrolü ve tıbbi tedavi şart. Ama bitki ve meyve çayları da iyi bir destekçi olabilir. Örneğin adaçayı ağız ve boğazdaki enfeksiyonlar ve yaraların iyileşmesinde önemli bir destekçi. Hatta soğutarak gargarasını yapabilirsiniz… Kuşburnu çayı içerek o yüzden bağışıklık sisteminize C vitamini ile destek verebilirsiniz…”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan tanıtımlarda “Beslenme ve Diyet Uzmanı Dilara Koçak” tarafından çeşitli çay türleri ve bu çay türlerinin içerisinde yer alan bitkiler ile ilgili çok sayıda farklı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle anılan videolar ile söz konusu internet sitelerinde bu mahiyette yer alan diğer videolarda görsellerine yer verilen “Doğuş Çay” markalı siyah çay, yeşil çay ve diğer bitki çayı ürünlerinin 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 ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “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 5/i maddeleri;

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5-c maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğuş Çay ve Gıda Maddeleri Üretim Pazarlama İth. İhr. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2015/18**

**Şikayet Edilen: Yekta ANIK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.krilloil.com.tr](http://www.krilloil.com.tr), [www.krill.com.tr](http://www.krill.com.tr) ve [www.krilloil.gen.tr](http://www.krilloil.gen.tr) adresli internet sitelerinde yer alan **“Krill Yağı”** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.krilloil.com.tr](http://www.krilloil.com.tr) ve [www.krill.com.tr](http://www.krill.com.tr) adresli internet sitelerinin 04.02.2015 tarihli görünümlerinde; ***“Dünyanın en saf ve temiz omega-3 kaynağı… Prof Dr. Osman Müftüoğlu'nun krill yağı hakkında Hürriyet Gazetesinde yayımlanan 30 Ekim 2013 ve 17 Mart 2013 tarihindeki yazısı…*** [***Prof. Dr. Murat Baş***](http://www.krilloil.com.tr/portfolio-item/prof-dr-murat-bas-baskent-universitesi-saglik-bilimleri-fakultesi-beslenme-ve-diyetetik-bolumu-baskani/)***-Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü Başkanı krill yağı hakkında…*** [***Dr. Öz Show’da krill yağı***](http://www.krilloil.com.tr/portfolio-item/314/)***- Ekonomi dergisi Forbes, 2011 yılının en etkili 3. kişisi arasında yer alan Doktor Mehmet Öz krill yağını sizler için anlattı… Krill yağının faydaları nelerdir? Krill yağındaki omega-3 yağ asitleri kemik ve eklemler için birebir…*** [***Krill yağı***](http://www.krilloil.com.tr/)***nda bulunan fosfolipitlerdeki omega 3’ün semptomları hafifleterek, kemik ve eklem hastalıkları sonucu oluşan rahatsızlıklarını azaltan etkisi, krill yağının önemli bir besin faktörü olduğunu göstermektedir… Romatoid artrit…*** [***Krill oil***](http://www.krilloil.com.tr/)***de bulunan fosfolipitler romatoid artrit için alternatif bir gıda takviyesidir… Osteoropoz… Çocukluk ve ergenlik döneminde kullanılan*** [***krill yağı***](http://www.krilloil.com.tr/)***, düzgün beslenme ve yaşam tarzı faktörleri ileride meydana gelebilecek osteoropoz riskini azaltmaktadır… Krill yağının yapısından bulunan fosfolipit omega-3 kalp damar hastalıkları riskini hafifletmektedir...*** [***Krill yağı***](http://www.krilloil.com.tr/) ***olumlu etkileri sayesinde kalp damar risk faktörünü azaltarak kalp rahatsızlıklarını önlemektedir. Krill yağının içeriğinde bulunan yağ asitleri kan basıncını düşürmede ve kalp ritmini düzenlemede yardımcı olur. Kalp hastalarında kanın pıhtılaşma riskini azaltan muhtemelen krill yağında bulunan omega-3 faktörüdür.***[***Krill yağı***](http://www.krilloil.com.tr/)***ayrıca kandaki kolesterol değerini de kötü kolesterol olarak adlandırılan LDL seviyesini azaltmaktadır. Tam aksine iyi kolesterol olarak adlandırılan HDL seviyesini de arttırmaktadır.*** [***Krill yağı***](http://www.krilloil.com.tr/) ***aynı zamanda ateroskleroz (damar sertliği) durumuna da olumlu etki sağlamaktadır… Astaksantin Krill yağına kırmızı rengini veren maddedir. Astaksantin için doğadaki birincil kaynak haematococcus pluvialis, ikincil kaynak ise bu mikroalglerle beslenen krill’dir. Astaxanthinin Faydaları: Astaksantin kanser hücrelerinin oluşumunu önlemeye yardımcıdır. Astaksantin kalp krizi riskini düşürmeye yardımcıdır. Bağışıklık sistemini güçlendirici etkisi vardır. Kan basıncını normalleştirmeye yardımcıdır. Prostat sorununu düzeltmeye yardımcıdır. Diyabeti önleyici ve azaltmaya yardımcı etkileri bulunmaktadır.”***şeklinde ifadelere yer verilirken,

[www.krilloil.gen.tr](http://www.krilloil.gen.tr) adresli internet sitesinin 04.02.2015 tarihli görünümünde, ***“Vücudun dayanıklılık ve gücünü artırmaya yardımcı olur. Vücuda anti-aging etki yaparak yaşlanmayı geciktirmeye yardımcı olur. Günlük hayattaki stresinizi azaltmaya yardımcı olurken, AMD, Alzheimer, Parkinson, ALS gibi nörolojik-dejeneratif rahatsızlıkların tedavisinde destekleyici olarak kullanılabilir. Krill Yağı Faydaları çok fazla olan bir gıda takviyesidir. Bağışıklık sisteminizi güçlendirmeye yardımcıdır, Oksitlenme zararından hücrelerinizi ve mitokondriyal çeperinizi korur. Karaciğerdeki yeni ve anormal hücrelerin sayısını azaltılmasına yardımcı olur. Kanseri hücrelerinin oluşumunu engellemeye yardımı olur. Plak oluşumuna neden olan lipid peroksidasyonu engellemeye ve kalp-damar hastalıkları riskinin azaltılmasına yardımcı olur.”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5-c maddeleri,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4 16 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**53)**

**Dosya No: 2015/21**

**Şikayet Edilen: Botanik Ecza İhtiyaç Maddeleri Kozmetik Sağlık Ürünleri Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.krillyagi.blogspot.com.tr](http://www.krillyagi.blogspot.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Krill Yağı”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.krillyagi.blogspot.com.tr](http://www.krillyagi.blogspot.com.tr) adresli internet sitesinin 04.02.2015 tarihli görünümünde; **“*Krill Oil Yağı 90 Softjel Kapsül Redsmac:* *Krilli diğer deniz canlılarından farklı kılan ve içerdiği yoğun astaxanthin maddesinden dolayı aynı zamanda anti oksidan da yapan ona rengini veren karetonoit pigmeti doğanın en güçlü antioksidanları arasında yer almaktadır. Redsmac oil kapsül de krill oilin yanısıra astaxanthin maddesini de yoğun bir şekilde içermektedir… Botanikecza.com sitemizi ziyaret edip bitkisel takviyeler reyonundan satın alım yapıp, en ucuz fiyat avantajıyla siparişinizi verebilirsiniz… Dünyanın en saf ve temiz omega 3 süper antioxidan yağı olarak geçmektedir. Diğer klasik balık yağlarından farklı olarak DHA-EPA yağ asitleri fosfolipid formunda omega 3 yağ asitlerini içeren özel formüldedir. Bu yüzden klasik balık yağından 48 kat daha etkilidir. Redsmac: Kalp damar sağlığında, kalp krizinin önlenmesinde, eklem sağlığında, nörolojik alanda, mental gelişiminde insan sağlığına çok önemli faydaları olduğu belirlenmiştir… Redsmac krill oil içinde bulunan astaxanthin dünya üzerinde keşfedilmiş en kuvvetli antioksidan olup vücudumuzda dolaşan ve başta kanser olmak üzere birçok hastalığa sebep olan serbest radikalleri yok eden bir maddedir… Redsmac krill oil inflamasyon ve LDL yani kötü kolesterolü azalttığı, HDL yani iyi kolesterolü arttırdığı kanıtlanmıştır.”***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, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünler ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, 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,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Botanik Ecza İhtiyaç Maddeleri Kozmetik Sağlık Ürünleri Gıda Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2014/852**

**Şikayet Edilen: Alka Grup Dış Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.](http://www.10dayszayiflama.yerlishop.com)yesil-kahveturkiye.com adresli internet sitesinin 14.07.2014 tarihli görünümünde; ***“Yeşil kahve içerek kilo vermeye başlayın. Hücrelerinizden toksinleri atmaya yardımcıdır. Kalorinizi daha hızlı yakmaya yardımcıdır. Uyarıcı özelliği ile zinde ve açık tutar… Günde 2-3 bardak içmeniz önerilir. Yeşil kahve çekirdeği kavrulmamış ve diğer kahve türlerine göre işlem görmemiş kahvedir. Hızlı ve sağlıklı kilo vermeye destek olur. Yağ moleküllerini parçalamaya yardımcı olur… Bağışıklık sistemini korumaya yardımcı, sorunlu bölgelerde yağ yakmaya destek… Vücuttan toksinlerin atılmasına yardımcıdır… Dr. Mehmet Öz Yeşil Kahve Çekirdeği'ni öneriyor. Diğer kahveler gibi kavrulmayan Yeşil Kahve Çekirdeği kilo vermeye yardımcı olarak Klorojenik Asit içerir. Mehmet Öz yeşil kahve için Amerika'daki televizyon programında bu kahve çekirdeklerinin kilo kaybına ve yağ yakımına yardımcı olduğunu doğruladı. Metabolizmayı hızlandırarak vücudun kalori harcama düzeyini arttıran yeşil kahve çekirdeğinin kilo vermek isteyenlere diyet ve sporun yanında yardımcı olacağını dile getirdi.”*** şeklindeifadelerle birlikte Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı logosu ile ***“Bakanlık izinli”***ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu internet sitesinde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı logosu ile *“Bakanlık izinli”* ifadelerine yer verilerek söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, dolayısıyla tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı mahiyetteki söz konusu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1, 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, 15/a, 15/b, 17 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Alka Grup Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2014/1301**

**Şikayet Edilen: Tahsin Murat Baydur-Almira Kozmetik**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.garlicteasarimsakcayi.gen.tr](http://www.garlicteasarimsakcayi.gen.tr) adresli internet sitesinin 20.02.2015 tarihli görünümünde; ***“Ender Saraç- Formda kalmak için sarımsak çayı tavsiye ediyorum… Magazin ve sanat dünyasının vazgeçilmez alışkanlığı sarımsak çayı… Özlem Yıldız… Angelina Jolie'ye de kısa sürede formuna ulaşmasını sağlayan bitkisel çay olarak lanse edilen sarımsak çayı sadece yağ yakıcı ve zayıflatan bitkisel etkisi ile fayda sağlamıyor, aynı zamanda kalp ve damar hastalıklarına yakalanma riskini neredeyse yok ediyor. Karaciğer hastalıkları ile diyabete iyi geliyor. Vücuttan ödem sökücü bitki çayı grubuna da dahil olan Ender Saraç Sarımsak Çayı sindirimi çalıştırıyor ve metabolizmayı da hızlandırıcı etki yapıyor. Diğer yandan yağ yakıcı etkisi olan zencefille birlikte kullanıldığında hem selülitlere ve bölgesel yağlara iyi geliyor ve tokluk hissi sağlıyor… Sarımsak Çayı Faydaları Nelerdir? Metabolizmanın hızlanmasında yardımcı, Sindirim sisteminin temizlenmesinde yarar sağlar, Kalp sağlığının korunmasında yardımcı, Zararlı mide parazitlerinin temizlenmesinde yardımcı, Gazın giderilmesinin sağlanmasında destekleyici, Sinüslerin açılmasında yardımcı, Gribe karşı bağışıklık kazanılmasında yardımcı, Enfeksiyonlara karşı vücudun direncinin artmasına yardımcı gıda takviyesi, Vitamin ve mineraller bakımından zengin bir içeriğe sahiptir, Doğal antibiyotik özelliği vardır.”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/2 ve 42/5-c maddeleri,

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4, 16 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tahsin Murat Baydur-Almira Kozmetik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2014/1828**

**Şikayet Edilen: Fcl Medikal Bilgi Teknolojileri Rent A Car Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2015, 19.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.narecza.com](http://www.narecza.com) adresli internet sitesinin 16.01.2015 tarihli görünümünde; **“*“Gümüş Suyu” çok özel yöntemler kullanılarak saf gümüşün suyla karıştırılmasından oluşan; özellikler taşıyan, bağışıklık sistemini kuvvetlendirme etkisine sahip bir terkiptir. … Farklı hastalıklar ve farklı hastalık şiddetleri göz önüne alınarak özel karışımlar hazırlanır... “Gümüş Suyu”; antibiyotiğe ihtiyaç duyulan ve antibiyotiğin yetersiz kaldığı hemen tüm alanlarda aktif olarak kullanılır. Ancak antibiyotikten farkı; tamamen doğal bir karışım olma özelliği sebebiyle; her türlü yan etkiye uzaklığı ve metabolizmada herhangi bir yok edici etkiye sahip olmamasıdır… 1-) Sivilceler 2-) Sorunlu Benler 3-) Açık Yaralar 4-) Ayak Mantarları 5-) Sedef Hastalığı 6-) Uçuklar (herpes) 7-) Bademcik İltihabı 8-) Grip 9-) Soğuk Algınlığı 10-) Diş Ağrısı, Diş Kanaması ve Çürükler 11-) Ağız Enfeksiyonları ve Diş İltihapları 12-) Göz Enfeksiyonları 13-) Diğer Enfeksiyonlar 14-) Sistit 15-) Romatizmal Hastalıklar 16-) Eklem Ağrıları 17-) Diabet (Şeker) 18-) Ağız Kokusu 19-) Akciğer İltihabı 20-) Sinüzit 21-) Ağız Pamukçuğu 22-) Her Türlü Yanık 23-) İsilik 24-) İdrar Yolu İltihabı 25-) Rahim İltihabı 26-) Genital Mantarlar 27-) Yumurtalık İltihabı 28-) Prostat 29-) Kesik ve Açık Yaralar 30-) Temre 31-) Cilt Alerjileri 32-) Kulak-Burun-Boğaz İltihapları 33-) Göz Kapağı Enfeksiyonu 34-) Çıbanlar 35-) Güneş Çarpması 36-) Kızamık 37-) Kabakulak 38-) Sivrisinek ve Arı sokmaları 39-) Kene vb. Isırmaları 40-) Saç Dökülmeleri 41-) Kemoterapi Sonrası Bağışıklık Sistemini Desteklemede 42-) Kanser, AİDS terapilerinde Destek Unsuru Olarak 43-) Açık yaralar 44-) Ülser ve Gastrit 45-) Bağırsak Rahatsızlıkları ve Hazımsızlık 46-) İshal 47-) Hepatit 48-) Siroz 49-) Verem 50-) Parazit ve Asalaklar 51-) Kuş Gribi ve Sars terapisi 52-) Ahır ve Kümes Hayvanlarının Hastalıklarına karşı etkin olarak kullanılmaktadır.”*** şeklinde ifadelere yer verilirken,

Anılan internet sitesinin 16.01.2015 tarihli görünümünde ***“Activar Onarıcı Gece Kremi: Gündüz maruz kalınan zararlı etkenlerin ciltte ve hücre DNA'sında bıraktığı hasarı onarımına yardım etmek, güçlü yenileyici, kollajen üretimini artırıcı, besleyici etkisi ile ciltte oluşabilecek, kırışıklık, leke ve gevşeklik gibi kalıcı yaşlanma belirtilerini azaltan anti-aging etkiyi göstermek için geliştirilmiştir… Sonuç: 1. Güneş, stres ve hava kirliliğinin sebep olduğu foto kimyasal hasarın yol açtığı erken yaşlanmaya karşılık sağlıklı hücre profilinin oluşmasını destekler, 2. Cildin kendi DNA'sını onarma kapasitesini artırır...”***ve19.02.2015 tarihli görünümünde ***“Cosmed Tüy Azaltmaya Yardımcı Vücut Losyonu cilt tahrişini önleyerek, tüylerinizden kurtulmanıza yardımcı bakım ürünü. Cosmed Tüy Azaltmaya Yardımcı Vücut Losyonu düzenli kullanıldığında, içeriğindeki çift aktif madde CAPISLOW ve DEPILINE sayesinde tüylerin büyümesini yavaşlatır, tüy yoğunluğunu azaltır ve tüy yapısını inceltir. Özel formülü ile cilt yapısına derinlemesine ve hızlı bir şekilde etki ederek ürünün etkinliğini arttırır. Epilasyon sonrasında meydana gelen tahrişi azaltarak cildi yatıştırır. Antioksidan ve iltihap oluşumunu önleyici özelliğe sahiptir… Cosmed Selülit Sorunlarında Yardımcı Losyon içerisinde bulunan % 100 bitkisel etken madde PHYTOSONICTM, portakal kabuğu görünümüne sebep olan yağ hücrelerini kontrol altına alarak yağların serbest kalmasını sağlar. Serbest kalan yağ, lenf yoluyla vücuttan atılır..Cosmed Selülit Sorunlarında Yardımcı Losyon kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına yardımcı olur. Cosmed Selülit Sorunlarında Yardımcı Losyon cildin yüzeyine yakın olan yağ hücrelerinin vücuttan atılmasıyla ileri seviyedeki selülit görünümü giderilir. Baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacmini azaltır. Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı ile yeni selülit oluşumunun da önüne geçer”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde gıda takviyelerine ilişkin endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle yukarıda bahsi geçen ürün ve buna benzer birçok muhtelif gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünler ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde bulunan ve Kozmetik Mevzuatına tabi olan tüm kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olmasından ötürü, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aştığı ve yanıltıcı sağlık beyanları niteliğinde değerlendirildiği; öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik” veya “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, 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 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,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fcl Medikal Bilgi Teknolojileri Rent A Car Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2014/860**

**Şikayet Edilen: Hayrettin BAYKAL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkadaysform.com](http://www.alkadaysform.com) adresli internet sitesinin 22.09.2014 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… Alkadays’ın amacı; bedenin asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel, zihinsel ve emosyonel performansını artırmaktır. Kişinin kilo denetimini sağlamak, mevcut hastalıklarını tedavisinde tıbbi destek olmak ve koruyucu tıp programlarıyla uzun süreli sağlık halini korumaktır… Bir bardak suya ekleyeceğiniz 2-3 damla Alkadays içecek olduğunuz sıvının pH’ını 10a kadar yükseltir. Gün boyu aldığımız besinlerle oluşan asidik ortamı ki, bu asidik ortam hem sağlığımızı olumsuz etkisinin yanında vücudumuzun atamadığı toksinler birikerek yağlanmaya ve kilo almamıza sebep olacaktır. İşte bu noktada da Alkadays kilo verirken, yağlarımızdan kurtulurken bizim en fazla ihtiyaç duyacağımız üründür… Yaşam kalitenizi arttırın. Daha sağlıklı bir yaşam için ilk adımı atın. Sağlığınızı riske atmayın… Bilimsel olarak kanıtlanmış uzmanlar tarafından tavsiye edilen tek formül… Faydaları: … Asitlenmeye bağlı kemikten kalsiyum kaybını azaltır. Vücudun asit yükünü gidermek için kullanılan magnezyumun bir kısmı kemikten bir kısmı da kaslardan çalınır. Kasta azalan magnezyum kas kramplarına ve halk arasında kulunç tabir edilen fibromiyaljilere sebep olur. İçine pH damlası eklenen yüksek su içmek bu şikayetleri azaltır. Ağızdaki asitlenmenin sebep olduğu diş çürükleri ve kötü kokuyu engeller. Mide yanması ve reflü şikayetlerini azaltır. Böbrek taşı oluşumunu engellemeye yardımcı olur. Fazla kahve ve çay tüketmenin asitlenmeye katkısını azaltmak için, içlerine pH damlası eklenebilir. Tadını değiştirmeden içilen kahve ve açın asit pH'ını azaltır. Tansiyonu etkilemez. İçindeki diğer mineraller vücuttaki elektriğin daha iyi akmasına yardımcıdır… Başarı hikayeleri: …Şimdiye kadar katı diyet programları ile 4-6 kg arasında verdim… İşte hayatımın bu noktasında ilk defa alkadays ürünüyle tanıştım, denildiği gibi fark etmeden, anlamadan ama geçekten zorlanmadan aç kalmadan kilolar gitti. 45 günde tamı tamına 13 kilo verdim ve benim yeme alışkanlığım değişti…-Ayşe Cansever… 2 ayda toplam 18 kg verdim, görünütüm çok farklı, çok mutluyum, aç kalmadım, her şeyi yedim…-Serap Taşpınar…2 ayda toplam 18 kilo vererek 69 kiloya indim… Kilo verip sağlıklı bir vücuda sahip olmamı sağlayan Alkadays ürününe ve firmasına çok teşekkür ederim.-Nimet Çetinkaya”*** şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5-b-c maddeleri,

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

**58)**

**Dosya No: 2014/1831**

**Şikayet Edilen: Dursun ÇEVİKDOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/kombucayivekombumantaribenimeczanem](http://www.facebook.com/kombucayivekombumantaribenimeczanem) adresli internet sayfasında yer alan ***“Kombu Çayı”*** adlı ürün tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.facebook.com/kombucayivekombumantaribenimeczanem](http://www.facebook.com/kombucayivekombumantaribenimeczanem) adresli internet sayfanızın 26.01.2015 tarihli görünümünde; **“*Kombuçay'ın Faydaları; Andra Anastazia Malczewski tarafından yazılan Kombu Çayı isimli kitapta, Kombuçay'ın faydaları şu şekilde sıralanmıştır: Tüm salgı bezlerini ve hormon savunmasını uyarır. Vücutta sağlıklı bir pH dengesi sağlar. Vücuttaki atık madde ve zehirleri suda çözünebilir hâle getirerek atılmalarını sağlar. Kan dolaşımını hızlandırır. Metabolizmayı uyarır. Kalp ritmini düzenler. Kanı temizler. Sinir sistemini düzenler. Yüksek tansiyonu düşürür, huzursuzluğu yatıştırır. Sindirim sisteminin daha rahat çalışmasını sağlar ve mide düzensizliklerini giderir. Astımı tedavi eder, astım krizlerini giderir. Kan şekeri seviyesi sabitleyerek, şeker hastalığını tedavi eder. Alerjileri hafifletir ve zamanla giderir. Sertleşmiş karaciğeri yumuşatır ve yeniler. Böbrek faaliyetlerini geliştirir. Kanseri önler ve tedavi eder. Antioksidan yapısıyla, oluşan radyasyona karşı koyar, serbest radikallerle savaşır. Hücre duvarının yeniden oluşumunu sağlar. Doku sertleşmesini (multiple sclerosis; MS) tedavi eder. Damar sertliğini (arteriosclerosis) tedavi eder. Elastikiyet sağlar ve gevşek eklemleri kuvvetlendirir. Mafsal iltihabını (arthritis) ve romatizmaya iyi gelir. Gut hastalığına iyi gelir. Böbrekler ve idrar yollarındaki kumu döker, safra kesesi taşlarını düşürür. Vücuttaki ürik asit ve kolestrolü suda erir hâle getirerek vücuttan atılmasına yardımcı olur. Peklik (kabızlık) problemini giderir. Hemoroiti (basur) tedavi eder. Yorgunluk, bitkinlik ve sinirliliği giderir. Herpes virüsünün soğuk algınlığı ve uçuk oluşturmasını engeller. Siğilleri, dysplastik lekeleri yok eder. Ülser sıkıntılarını giderip tedavi eder. Anjine çaredir. Epstein-Barr virüsüne bağlı yorgunluk hissini ve mononükleoz iltihaplanma (öpüşme hastalığı)’yı iyileştirir. Kan değerlerini normalize eder. Bronşit, öksürük ve balgamı giderir. Bademcikleri tedavi eder . Kan damarlarını genişletir, kardiyak kasları uyarır, kalp problemlerini giderir. Adale ağrılarını giderir. Baş ağrılarını yok eder. Uykusuzluğu giderir. Mikrobik ishali durdurur. Koliti tedavi eder. Koruyucu bakterilerle sağlıklı bağırsak ve kolon oluşturur. Saç uzamasına yardım eder, kelliği engeller, gri saçın rengini koyulaştırır. Görüşü kuvvetlendirir. Korneada oluşan deformasyonları ve kataraktı giderir. Vücut ağırlığını düzenler, yağları yok eder. Susuzluğu giderir ve egzersizlerde performans arttırır. Mantar tipi enfeksiyonlara (candida gibi) karşı savaşır. Bünyesindeki antivirütik ve antibiyotik özellikler sayesinde iltihabî oluşumları yok eder. Cinsel potansiyeli canlandırır. Menopoz rahatsızlıklarını giderir. Derideki yaraları onarır. Ciltteki kırışıklıkları, çilleri ve kahverengi lekeleri yok eder. Deriye spreyle ya da sürülerek haricen uygulandığında anti bakteriyel koruyucu tabaka oluşturur. Elbette, bütün bunların sonucu olarak da “ömrü uzatır.””*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2014/1510**

**Şikayet Edilen: Uygur Life Doğal Vitamin ve Bitkisel Ürünler**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.](http://www.garlictea.co)uygursifa.com adresli internet sitesinin 18.11.2014 tarihli görünümünde; ***“Şifalı Bitkisel Ürünler... Günümüzde birçok insan artık kendisini tedavi edebilecek bitkiler bulduğu halde, hala hastalıklardan kurtulamamış ve acı çekerek yaşamaya devam ediyor. Oysaki şifalı bitkilerimize karşı daha araştırmacı, bitkisel ürünlere daha yakın olabilseydik, bu hastalıklardan kurtulmuş ve acılarımız dinmiş olabilirdi. Bitkisel ürünlerimiz ile ilgilenmeye başlayın yavaş yavaş etkisini görmeye ve şikayetlerinizin azaldığını göreceksiniz. Şifalı bitkiler ve bitkisel ürünlerin yararları anlatmakla bitmiyor… Uygur Life Form2: … Uygur Life Vücuttaki fazlalık yağ tomurcuklarını eriterek ter ve idrar yoluyla atılmasını sağlar ve tokluk hissi verir. Uygur Life sinir, stres, uyku düzensizliği,  bağırsak, mide şişkinliği, kabızlığın giderilmesinde yardımcı olur. Uygur Life bitkisel zayıflama kapsülü, zayıflamanın önündeki engelleri kaldırır… Sarımsak Kapsülü: … Sarımsak kapsülü vücuda güç ve enerji verici, hazmı kolaylaştırıcı, balgam söktürücü, mikrop öldürücü, kan temizleyici, kalp ve damar hastalıklarına çok faydalı özel bir gıda takviyesidir. Kan dolaşımına, damar sertliğine, damar tıkanıklığına, vücudu ve bağışıklık sistemini güçlendirmeye iyi gelir. Bulaşıcı hastalıklardan ve her türlü kanserden korunmada son derece yararlıdır. Romatizmal rahatsızlıklarda, eklem ve adale ağrılarında, kireçlenmede, kadın hastalıklarında, erkeklerdeki güç kaybında ek gıda olarak kullanılabilecek ender ürünlerden biridir. Kereviz Tohumu Kapsülü: … Cinsel gücü artırmaya, cinsel isteksizliğe iyi gelir. Böbrek üstü bezlerinin düzenli çalışmasına, yorgunluğa, ciltteki lekelerin giderilmesine, böbrek taşı ve kumunun kolayca düşürülmesine yardımcı olur. Romatizma ağrılarına ve özellikle eklem romatizmalarının iyileşmesinde yardımcı gıda takviyesidir. Çörek Otu Kapsülü: … İçinde bulunan özel yağ, zengin bileşkenler sayesinde bu ürün bağışıklık sistemini güçlendirmeye, hücrelerin gelişmesine ve yenilenmesine, karaciğeri güçlendirmeye yardımcı olur. İçerisinde aminoasitler, protein, kalsiyum, demir, sodyum, potasyum gibi birçok hücre destekleyici yapı taşlarını barındırmakta olup, vücudun savunma mekanizmasını desteklemektedir. Çörek otu, gaz giderici, hazımsızlık, bağırsak tembelliği, eklem romatizmaları, kireçlenme, solunum rahatsızlıkları gibi birçok rahatsızlıkların giderilmesinde yardımcı olur. Ayrıca en büyük özelliklerinden biri ise birçok kanser türünden korunmak için kullanılabilmesidir. …Yine bu ürün saç dökülmesinde, saçın çabuk beyazlamasını önlemede, cansız saçlarda, saç kıranda yardımcı gıda takviyesi olarak da kullanılabilir… Civan Perçemi Kapsülü: … Bu ürün bitki çiçeğinin özünde barındırdığı özel bileşenler sayesinde mide ve bağırsak iltihaplanmalarına, kolit, ülser, kanamalı iç ve dış hemoroide (basur) iyi gelir. Akciğer, karaciğer, böbrek ve rahim iltihaplanmalarına iyi gelir. Astım, bronşit, sinir hastalıkları, baş ağrısı, baş dönmesi, sinüzit, kan dolaşım sistemi rahatsızlıklarına iyi gelir. Kadın hastalıklarından müyom, adet düzensizliği gibi rahatsızlıklara da yardımcı olur. Akne ve sivilcelerin giderilmesinde yardımcı gıda takviyesidir. Siyah Üzüm Çekirdeği: … En güçlü antioksidan olduğu için kansere karşı koruyucudur. Kanser tedavisindeki olumsuzlukları giderir. Damarları korur, damar sertliğini önler, damar hastalıklarını tedavi eder.”*** 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 ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, öte yandan şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “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 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 **Uygur Life Doğal Vitamin ve Bitkisel Ürünler** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2014/1128**

**Şikayet Edilen: Metin KALELİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.blackmolas.](http://www.blackmolas.)com adresli internet sitesinde ***“Black Molas Uganda Pekmezi”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.blackmolas.](http://www.blackmolas.)com adresli internet sitesinin 28.08.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda; *“****Black Molas Uganda Pekmezi*** *– Afrikalıların yüzyıllardır kullandığı Uganda Pekmezi artık Türkiye’de! Erken boşalmayı engeller. 8,12 cm büyüme. 1 cm kalınlaşma. Sertleşme problemi ortadan kalkar. Bir ay düzenli kullanıldığında performanıs 3’e katlar, erken boşalma problemini kökten çözer…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.blackmolas.](http://www.blackmolas.)com adresli internet sitesinin 28.08.2014 tarihli görünümünde **“Black Molas Uganda Pekmezi”** 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 aldatComplexed Potassium 99mg Tabletsıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, inceleme konsus 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;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**61)**

**Dosya No: 2014/1321**

**Şikayet Edilen: Atila BULAK – Ked Kozmetik Bilişim Hizm. Teks. Tic.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gergedanboynuzuhapi.com](http://www.gergedanboynuzuhapi.com)ve www.gergedanset. yerlishop.comadresli internet sitelerinde **“Gergedan Boynuzu Hapı ve Gergedan Seti”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2014, 17.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.gergedanboynuzuhapi.com](http://www.gergedanboynuzuhapi.com) adresli internet sitesinin 14.08.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“****Gergedan Boynuzu Hapı*** *– Erken boşalmayı, serleşme sorununu (iktidarsızlık) ve maksimum sertleşmeye yardımcı olur. Cinsel gücü arttırıcı etkili bir afrodizyaktır. Sperm sayısını çoğaltır ve hareketlendirir. Cinsel organdaki kan akışını hızlandırır. Cinsel isteksizliği önler. Eşler arasındaki soğukluğu eneller. Cinsel orgazmı en üst seviyeye çıkarmada yardımcıdır. Karışımın kan basıncını düzenleyici, kalp kuvvetlendirici, kolesterol seviyesini düşürücü, merkezi sinir sistemini uyarıcı ve özellikle yorgunluğu giderici etkisi vardır. İştah açıcı ve cinsel gücü kuvvetlendirici etkisi bulunmaktadır. Sperm sayısını arttırır ve ilişki süresini uzatır…”*; [www.gergedanset.yerlishop.com](http://www.gergedanset.yerlishop.com) 17.10.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise,*“****Aki Gergedan Set*** *– Gergedan Set yoğun olarak yaşanan gençlik ve güçlülük hissi vermeye, cinsel arzuyu arttırmaya, cinsel cazibeyi arttırmaya, cinsel birleşmede alınan hazzı arttırmaya, cinsel organlara kan dolaşımını arttırmaya, hormonların üretimini desteklemeye, sinir sistemini düzenlemeye yardımcı olur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.gergedanboynuzuhapi.com](http://www.gergedanboynuzuhapi.com) adresli internet sitesinin 14.08.2014 tarihli ve [www.gergedanset.yerlishop.com](http://www.gergedanset.yerlishop.com) adresli internet sitesinin ise 17.10.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda **“Gergedan Boynuzu Hapı ve Gergedan Seti”** 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 aldatComplexed Potassium 99mg Tabletsıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, inceleme 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;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4 ve 32 nci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Atila BULAK – Ked Kozmetik Bilişim Hizm. Teks. Tic.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2014/1740**

**Şikayet Edilen: Ermiş Attar Danışmanlık ve Gıda Sanayi Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait ürün broşürlerinde muhtelif gıda ürünlerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün broşürü

**Tespitler**: **Firmaya ait ürün broşürlerinin 04.09.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;** *“* *–* ***Elma Sirkesi –*** *Bağışıklık sistemini güçlendirir. Pek çok hastalıktan korumaya yardımcıdır. Yüksek tansiyon, şeker, kolesterol, mide yanması, reflü, sindirim sistemim rahatsızlıklarında ve bağırsak parazitlerinde etkilidir. Hemoroit ve kabızlıkta, zayıflama ve kilo vermede etkilidir…* ***Alıç ve Alıç Sirkesi –*** *Kalp ve damar hastalıkları için kullanılır. Damar sertliğinde etkilidir. Böbrek hastalıklarında etkilidir. Şeker hastalığında etkilidir. Tansiyonu dengeler. Yüksek miktarda antioksidan ihtiva eder…* ***Enginar Sirkesi –*** *Karaciğer yağlanmasında etkilidir. Kan temizler, yorgunluğu giderir. Beyin hücrelerini yeniler. Safra kesesi rahatsızlıklarında etkilidir…* ***Böğürtlen Sirkesi –*** *Bağışıklık sistemini güçlendirir. Nezle grip enfeksiyonlarında etkilidir. Böbrek ve mesane kumu dökülmesinde faydalıdır. Şeker hastalığı, kanın temizlenmesinde ve sinirleri teskin etmede yardımcıdır…* ***Dut Sirkesi –*** *Bağışıklık sistemini güçlendirir. Kalbin korunması ve yaşlanmanın gecikmesinde etkilidir. Kabızlık sorununda etkilidir. Saçların ve dişlerin güçlenmesini sağlar. Yorgunluk ve bitkinliğe iyi gelir. Tam bir antioksidan deposudur. Mide salgısını arttırır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait ürün broşürlerinin 04.09.2014 tarihli görünümünde yer alan 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;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4 ve 32 nci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ermiş Attar Danışmanlık ve Gıda Sanayi Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2014/1703**

**Şikayet Edilen: Nestle Türkiye Gıda Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Nescafe 3ü1 Arada”*** markalı ürüne yönelik olarak yayınlanan ***“Orijinali Varken”*** başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.11.2014-31.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: *"*Nescafe 3ül arada" isimli ürüne ilişkin televizyon reklamının revize edilmemiş versiyonunda; *"Gençler, şu kahveleri tadın bakalım. Bunlar bize gelmez. Zaten olay o yavrucuğum, hepsi üçü bir arada ama bir Nescafe değil. Kokuyu al, kıvamına bak, mükemmel! Her üçü bir arada değil, Nescafe 3ül arada. "* ifadeleri yer alırken ekranda "#orijinalivarken" yazısının görüldüğü, "Nescafe 3ül arada" isimli ürüne ilişkin televizyon reklamının revize edilmiş versiyonunda ise; aynı ifadeler kullanılmakla beraber ekranda beliren "#orijinalivarken" ibaresinin kaldırılmış olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait ***“Nescafe 3ü1 Arada”*** markalı ürüne yönelik olarak 07.11.2014-31.12.2014 tarihleri arasında ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünün *“Orijinali varken”* ve *“orijinal”* ifadeleriyle nitelendirilerek benzer nitelikli diğer ürünlerin orijinal olmayıp taklitçi olduğu izlenimi oluşturulduğu, böylece tüketiciler nezdinde *“Orijinali ve hakikisi varken taklitçi diğer markaların ürünlerini neden alalım?”* şeklinde bir algı yaratılarak rakip firma ürünlerinin kalite ve itibarının zedelendiği; inceleme konusu reklamda yer alan *“Hepsi 3ü1 arada ancak bir Nescafe değil”* ve *“Her üçü bir arada değil, Nescafe 3ü1 arada”* ifadeleri ile benzer ürünler arasında ayrıcalık yaratmak suretiyle firma lehine haksız rekabete yol açıldığı ve benzer diğer ürünlerin kötülendiği, bu itibarla tüketiciler için aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilen söz konusu reklam ve tanıtımların;

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı, “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 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, 11, 13, 14 ve 21 inci maddeleri;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 9/1, 10 ve 32 nci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No: 2014/1706**

**Şikayet Edilen: Kent Gıda Maddeleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“First Sensations”*** markalı ürüne yönelik olarak düzenlenen ***“First’ten Muhteşem Hediyeler”*** başlıklı kampanyaya ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2014 - 25.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Afiş

**Tespitler**: “First Sensations” markalı ürünlere ilişkin *“First’ten muhteşem hediyeler”* başlıklı kampanya kapsamında yayınlanan televizyon reklamlarının 20 saniyelik versiyonunda;

*“İbiza’da efsane DJ ile eğlenceye var mısın? First Sensations paketlerindeki şifreyi 3141’e gönder veya first.com.tr ye girip çekilişe katıl, muhteşem ödülleri kazanma şansı yakala! Üstelik katılan herkese 4 saat konuşma hediye! Daha çok First Sensations al, İbiza’da eğlenceyi kaçırma!”* sözlü ifadelerinin yer aldığı, reklam esnasında ekranda beliren patlangaçlarda *“30 SAMSUNG GALAXY”, “40 SONY VAİO NOTEBOOK”, “100 BEATS KULAKLIK”* ve  *“ŞİFREYİ GÖNDEREN HERKESE ANINDA 4 SAAT KONUŞMA HEDİYE”* ifadelerinin ve ekranda geçen alt yazıda *“MPİ Gen. Müd.’nün …sayılı izniyle 01.05.2014-25.06.2014 tarihleri arasında Türkiye’de geçerlidir. 18 yaşından küçükler katılamaz. Fatura ve şifreli ürün ibrazı zorunludur. İnternetten katılım ücretsizdir. Kısa mesajla katılım KDV ve ÖTV dahil: Avea için 0.60 TL, Turkcell için 0.65 TL Vodafone için 0.40 TL olarak ücretlendirilir. ÖTV, KDV hariç yasal yükümlülük talihliye aittir.”* ifadelerinin yazılı olduğu,

Televizyon reklamlarının 14 saniyelik kısa versiyonunda ise;

*“İbiza’da efsane DJ ile eğlenceye var mısın?* *First Sensations paketlerindeki şifreyi 3141’e gönder, muhteşem ödülleri kazanma şansı yakala!* *Katılan herkese 4 saat konuşma hediye!* *İbiza’da eğlenceyi kaçırma!”* sözlü ifadelerinin yer aldığı,, yine reklam esnasında ekranda beliren patlangaçlarda ise *“30 SAMSUNG GALAXY”, “40 SONY VAİO NOTEBOOK”, “100 BEATS KULAKLIK”* ve *“ŞİFREYİ GÖNDEREN HERKESE ANINDA 4 SAAT KONUŞMA HEDİYE”* şeklinde ifadelerin yazılı olduğu,

Söz konusu kampanyaya ilişkin radyo reklamlarında;

*“First Sensations’tan muhteşem hediyeler! 100 Beats Kulaklık, 40 Sony Vaio Notebook, 30 Samsung Galaxy S4 ve 10 çifte çılgın İbiza Tatili! First Sensations paketlerindeki şifreyi 3141’e kısa mesaj at, çekilişe katıl! Üstelik herkese anında tüm operatörlerden günlük 4 saatlik konuşma süresi hediye! Ayrıntılı bilgi için first.com.tr!”* sözlü ifadelerinin yer aldığı,

Kampanyaya ilişkin ilanlarda;

*“First’ten muhteşem hediyeler. 30 Samsung Galaxy S4. 40 Sony Vaio Notebook. 100 Beats Kulaklık. 10 çifte İbiza Tatili. Şifreyi Gönderen Herkese Anında 4 Saat Konuşma Hediye. 1 Mayıs – 25 Haziran 2014 First Sensations Paketlerindeki Şifreyi Adın, Soyadın ve Adresin İle 3141’e Gönder. Çekilişe Katıl!”* ifadelerinin yer aldığı ve dipnotta *“1 Mayıs 2014’ten itibaren First Sensations paketlerinden çıkan şifreyi 3141’e gönder veya* [*www.first.com.tr*](http://www.first.com.tr) *adresinden gir çekilişe katıl. 18 yaşından küçükler katılamaz. İkramiye alamaz. İkramiye tesliminde fiş/fatura ve şifreli ürün ibrazı zorunludur, saklayınız. Kampanyayı KENT GIDA MADDELERİ SAN. VE TİC. A.Ş. adına First Sesations Karpuz, Çilek, Tropikal, Damla, Nane, Yeşil Nane, Ahududu Karadut Sakız için Türkiye’de 01.05.2014 (Saat 00:01)-25.06.2014 (Saat 23:59) tarihleri arasındaki MPİ’nin … sayılı izniyle Deniz Ajans yürütmektedir. İnternetten katılım ücretsizdir. Kampanyaya tüm operatör aboneleri katılabilir. Kampanyaya kısa mesajla katılım, Avea aboneleri KDV ve ÖTV dahil 0,60 TL, Turkcell aboneleri KDV ve ÖTV dahil 0,65 TL, Vodafone aboneleri KDV ve ÖTV dahil 0,40 TL olarak ücretlendirilir. Operatörler değişiklik hakkını saklı tutar. İkramiye resimleri temsilidir. ÖTV, KDV hariç yasal yükümlülük talihliye aittir. Kampanya ile ilgili detaylı bilgi* [*www.first.com.tr*](http://www.first.com.tr) *Katılan herkese verilecek tüm operatörlerden günlük\* 4 saatlik konuşma süresi yalnızca operatör içi geçerli olacaktır. Kampanya kapsamında kazanılacak yarım günlük konuşma paketi yüklemesi gelecek bilgilendirme mesajının ardından mesajın geldiği gün mesajda belirtilen saatler arasında geçerli olacaktır. Operatörler sistem yoğunluğu nedeniyle paket yüklemelerinde gecikme hakkını saklı tutar. (\*) Hediye konuşma paketi Turkcell ön ödemeli aboneler için 9:00-13:00,Avea ve Vodafone aboneleri için 9:00-13:00, Turkcell faturalı aboneler için 08:00-12:00 saatleri arası geçerlidir.”* ifadelerinin yazılı olduğu,

Kampanyaya ilişkin yazılı tanıtım materyallerinin bazılarında yer alan dipnotlarda ise sadece;

*“MPİ Gen. Müd.’nün …sayılı izniyle 01.05.2014-25.06.2014 tarihleri arasında Türkiye’de geçerlidir. 18 yaşından küçükler katılamaz. Fatura ve şifreli ürün ibrazı zorunludur. İnternetten katılım ücretsizdir. Kısa mesajla katılım KDV ve ÖTV dahil: Avea için 0.60 TL, Turkcell için 0.65 TL Vodafone için 0.40 TL olarak ücretlendirilir. ÖTV, KDV hariç yasal yükümlülük talihliye aittir.”* ifadelerinin yazılı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“First’ten Muhteşem Hediyeler”*** başlıklı kampanyaya ilişkin olarak 02.05.2014 - 25.06.2014 tarihleri arasında ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak *“İbiza’da efsane DJ ile eğlenceye var mısın? First Sensations paketlerindeki şifreyi 3141’e gönder veya* [*www.first.com.tr*](http://www.first.com.tr) *ye girip çekilişe katıl, muhteşem ödülleri kazanma şansı yakala. Üstelik katılan herkese 4 saat konuşma hediye. Daha çok First Sensations al, İbiza’da eğlenceyi kaçırma”* bilgileri ile kampanyaya ilişkin duyurularda *“First’ten muhteşem hediyeler. 10 çifte İbiza tatili, 30 Samsung Galaxy S4, 40 Sony Vaio Notebook, 100 Beats kulaklık ve şifreyi gönderen herkese* ***anında*** *4 saat konuşma hediye”* beyanlarına yer verildiği, ana vaat olarak *“****Anında*** *4 saat konuşma”* taahhüt edildiği halde, söz konusu konuşma süresinin Avea ve Vodafone aboneleri için 09.00-13.00, Turkcell ön ödemeli aboneler için 09.00-13.00, Turkcell faturalı aboneler içinse 08.00-12.00 saatleri arasında kullanılabileceği, konuşma haklarının bir gün sonra hatlarına yükleneceği ve hediye konuşma dakikaların yalnızca operatörler içinde geçerli olduğu şeklindeki ana vaadin istisnası niteliğindeki bilgileri içeren kampanya koşullarına sadece yazılı mecralarda yer alan reklam ve ilanların bir kısmında yer verildiği, kampanyanın yer aldığı diğer yazılı mecralar ile özellikle daha geniş hedef kitlesine ulaşabilecek televizyon ve radyo reklamlarında yer verilmediği, böylece söz konusu bilgilerin tüketici dikkatinden kaçırılarak tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, *“****Anında*** *4 saat konuşma”* vaadi ile tüketicilerin aldatıldığı ve yanıltıldığı;

Kampanyaya ilişkin reklamlarda *“****First Sensations paketlerindeki*** *şifreyi 3141’e gönder veya* [*www.first.com.tr*](http://www.first.com.tr) *ye girip çekilişe katıl…”* ve [www.first.com.tr](http://www.first.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda *“Türkiye genelinde First Sensations Karpuz, Çilek, Tropikal, Damla, Nane, Yeşil Nane, Ahududu, Karadut sakız ürün çeşitlerinin* ***herhangi birinden satın alarak****…”* şeklinde bilgilere yer verildiği, böylelikle tüketiciler nezdinde Türkiye genelinde satışı yapılan ***“First Sensations”*** çeşitlerinin hepsinin kampanyaya dahil olduğu izlenimi oluşturulduğu halde söz konusu tanıtımların aksine kampanyanın yalnızca **yeni First Sensations** paketlerinde yer alan şifreler için geçerli olduğu, bununla birlikte **kampanya süresince** kampanya dahilindeki şifreli yeni paketlerin yanı sıra, **içinden şifre çıkmayan eski paketli ürünlerin** ve **yine firmanızın bir önceki kampanyasına ait şifreli “First Sensations Şanslı Paket” ürünlerinin** de piyasada satışının yapıldığı, ayrıca söz konusu üç farklı paketin piyasadaki satışına kampanyanın bitiş tarihi olan 25.06.2014 tarihinden sonra da devam edildiği, şifreli eski kampanya ürünlerinin üzerinde “Şanslı Paket” yazısının bulunması ve şifresiz eski paketlerle inceleme konusu kampanyaya dahil şifreli yeni paketlerin üzerinde ise böyle ayırıcı bir bilgiye yer verilmemesinin tüketicileri yanıltarak her üç paketin de kampanyaya dahil olduğu izlenimi oluşturduğu, böylelikle hangi ürünlerin kampanyaya dahil olduğu hususunda dürüst bir şekilde bilgilendirilmeyen ve kampanya süresinde piyasadan her üç tipteki ürünü de (şifresiz eski paket, kampanya dahilindeki şifreli yeni paket, ve şifreli eski kampanya ürünleri) satın alarak mobil hediyelerden ve çekilişten yararlanmak isteyen tüketicilerin güveninin kötüye kullanılarak mağdur edildikleri, bilgi eksiklikleri istismar edilerek aldatıldıkları ve ayrıca aynı sektörde faaliyet gösteren diğer firmalar aleyhine haksız rekabete neden olunduğu, tüm bu gerekçelerle tüketiciler için aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte değerlendirilen söz konusu reklam ve tanıtımların;

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

- 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, 8/c ve 21 inci maddeleri;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 15/1-a, 18/1, 18/2, 18/6, 18/7 ve 32 nci maddeleri;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un; “Ticari Reklamlar ve İlanlar” başlıklı 16 ncı maddesinin

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**65)**

**Dosya No: 2015/51**

**Şikayet Edilen: MDC İlaç ve Sağlık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mdcpharma.com.tr](http://www.mdcpharma.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Beta Glukan Multivitamin Çinko”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.mdcpharma.com.tr adresli internet sitesinin 30.01.2015 tarihli görünümünde; *“Beta glukan ekmek mayasından (Saccharomyces cerevisiae) elde edilen bağışıklık sistemini güçlendiren doğal bir maddedir. İnfeksiyonlara karşı savunmadan sorumlu olan makrofaj, granülosit ve monosit gibi beyaz kan hücrelerini aktive eder. Bağışıklık cevabını artırarak vücut savunma hücrelerinin patojenleri daha etkili şekilde yok etmesini sağlar. Antioksidan özelliği vardır.”*ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.mdcpharma.com.tr](http://www.mdcpharma.com.tr) adresli internet sitesinin 30.01.2015 tarihli görünümünde; *“Beta glukan ekmek mayasından (Saccharomyces cerevisiae) elde edilen bağışıklık sistemini güçlendiren doğal bir maddedir. İnfeksiyonlara karşı savunmadan sorumlu olan makrofaj, granülosit ve monosit gibi beyaz kan hücrelerini aktive eder. Bağışıklık cevabını artırarak vücut savunma hücrelerinin patojenleri daha etkili şekilde yok etmesini sağlar. Antioksidan özelliği vardır.”* şeklinde endikasyon belirten ve ispata muhtaç ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “*gıda takviyesi*” kapsamında değil, “*beşeri tıbbi ürün*” veya “*ilaç*” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “*beşeri tıbbi ürün*” veya “*ilaç*” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların bu hali ile;

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin; 6/1-a, 6/1-b, 6/1-c, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 40/1-d, 42/1, 42/2

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**66)**

**Dosya No: 2014/507**

**Şikayet Edilen: Kerim Cihan YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dermoks.com](http://www.dermoks.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Vitasure, Vitilex, ocean omega 3 şurup portakal aromalı balık yağı, hederal şurup, remixin tablet, zinco damla gaz giderici”*** adlı ürünlere ve buna benzer diğer muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [*www.dermoks.com*](http://www.dermoks.com) *adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde; “****Vitasure Toz Mama****…Vitasure; protein, yağ, karbonhidrat ve çeşitli vitamin - mineralleri içeren bir gıda takviyesidir. … Vitilex krem; cildin beslenmesini ve beslenirken koyulaşmasını sağlayan bir bakım kremidir.* ***Ciltte meydana gelen iğnelenme, batma, yanma ve kaşıntı gibi problemleri giderici etkiye sahiptir****.* ***Ocean omega 3 şurup; EPA ve DHA omega 3 yağ asitlerini içeren bir gıda takviyesidir. Antioksidan etkisi ile bilinen E vitamini de içerir.*** *Omega 3 yağ asitleri vücudumuzun pek çok mekanizmasında önemli roller üstlenmiş esansiyel yağ asitleridirler. Omega 3 yağ asitlerinden EPA ve DHA; kalp ve damar sağlığının korunmasına, sinir sistemi gelişimine ve beynin normal gelişimine yardımcı olur. Ocean omega 3 şurup, moleküler teknoloji ile omega 3 yağ oranı yüksek derin deniz balıklarından elde edilmiştir. İçim kolaylığı sağlamak için özel deodorizasyon tekniği kullanılarak meyve aromaları ile tatlandırılmıştır.* ***Hederal şurup; şiddetli öksürük, balgam çıkarma gibi solunum yolu hastalıklarının çeşitli belirtilerinde kullanılan bitkisel bir şuruptur.*** *Hederal öksürük şurubu üst solunum yolu enfeksiyonları, bronşiyal astım, KOAH (kronik obstrüktif akciğer hastalığı), akut ve kronik iltihaplı bronşiyal hastalıkların yol açtığı semptomların hafifletilmesine yardımcı olur. Hederal şurubun bileşiminde bulunan sarmaşık yaprağı özütü balgam söktürücü, spazm giderici özelliklere sahiptir. Sarmaşık yaprağında bulunan saponozitler (hederakozit C ve beta hederin) akut ve kronik solunum yolu iltihabında semptomatik rahatlama sağlamaktadır.* ***Remixin Tablet (Menopoz Dönemi Şikayetleri İçin) Mikro-Gen markasına ait bir üründür.*** *Remixin Tablet (Menopoz Dönemi Şikayetleri İçin) Gıda Takviyeleri kategorisinde yer alır.* ***Zinco Damla Gaz Giderici”***ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [*www.dermoks.com*](http://www.dermoks.com) *adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde; “****Vitasure Toz Mama****…Vitasure; protein, yağ, karbonhidrat ve çeşitli vitamin - mineralleri içeren bir gıda takviyesidir. … Vitilex krem; cildin beslenmesini ve beslenirken koyulaşmasını sağlayan bir bakım kremidir.* ***Ciltte meydana gelen iğnelenme, batma, yanma ve kaşıntı gibi problemleri giderici etkiye sahiptir****.* ***Ocean omega 3 şurup; EPA ve DHA omega 3 yağ asitlerini içeren bir gıda takviyesidir. Antioksidan etkisi ile bilinen E vitamini de içerir.*** *Omega 3 yağ asitleri vücudumuzun pek çok mekanizmasında önemli roller üstlenmiş esansiyel yağ asitleridirler. Omega 3 yağ asitlerinden EPA ve DHA; kalp ve damar sağlığının korunmasına, sinir sistemi gelişimine ve beynin normal gelişimine yardımcı olur. Ocean omega 3 şurup, moleküler teknoloji ile omega 3 yağ oranı yüksek derin deniz balıklarından elde edilmiştir. İçim kolaylığı sağlamak için özel deodorizasyon tekniği kullanılarak meyve aromaları ile tatlandırılmıştır.* ***Hederal şurup; şiddetli öksürük, balgam çıkarma gibi solunum yolu hastalıklarının çeşitli belirtilerinde kullanılan bitkisel bir şuruptur.*** *Hederal öksürük şurubu üst solunum yolu enfeksiyonları, bronşiyal astım, KOAH (kronik obstrüktif akciğer hastalığı), akut ve kronik iltihaplı bronşiyal hastalıkların yol açtığı semptomların hafifletilmesine yardımcı olur. Hederal şurubun bileşiminde bulunan sarmaşık yaprağı özütü balgam söktürücü, spazm giderici özelliklere sahiptir. Sarmaşık yaprağında bulunan saponozitler (hederakozit C ve beta hederin) akut ve kronik solunum yolu iltihabında semptomatik rahatlama sağlamaktadır.* ***Remixin Tablet (Menopoz Dönemi Şikayetleri İçin) Mikro-Gen markasına ait bir üründür.*** *Remixin Tablet (Menopoz Dönemi Şikayetleri İçin) Gıda Takviyeleri kategorisinde yer alır.* ***Zinco Damla Gaz Giderici”***şeklinde endikasyon belirten ve ispata muhtaç ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, “Vitasure” isimli ürünle ilgili olarak **“gıda takviyesidir.”** açıklaması yapılmış olmasına rağmen ürün başlığı olarak *“****Vitasure Toz Mama”*** ifadesinin kullanıldığı, ayrıca kozmetik ürün kategorisinde olan bazı ürünlerin “kozmetik” tanımını aşan ifadelerle tanıtımının yapıldığı böylelikle gıda takviyesi ve/veya kozmetik niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” ve/veya “kozmetik ürün” 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 bu hali ile;

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin; 6/1-a, 6/1-b, 6/1-c, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 40/1-d, 42/1, 42/2

-2013/49 Tebliğ Numaralı Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin; *13/b, 13/ğ,* 13/h maddeleri

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 11/1, 26/1 maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Kerim Cihan YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2014/1090**

**Şikayet Edilen: Murat AKHAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.aminoasitsiparis.com](http://www.aminoasitsiparis.com)adresli internet sitesinde yer alan “***PRV AMİNO 6300***” adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: **www.aminoasitsiparis.com** adresli internet sitesinin 27.01.2015 tarihli görünümünde; *“PRV Amino Asit Dokuların yenilenmesine, Kasların gelişmesine, Vücudun yeteri miktarda protein almasına, Kas yıkımının önlenmesine - Kas yapısının güçlenmesine, - yardımcı olmaktadır. Formüllü protein tozlarından defalarca etkili tam 24 kat etkili formül, spor yapmadan yağ yakmak isteyenlere, kilo vermeye yardımcı olur, memnuniyet garantilidir”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **www.aminoasitsiparis.com** adresli internet sitesinin 27.01.2015 tarihli görünümünde; *“PRV Amino Asit Dokuların yenilenmesine, Kasların gelişmesine, Vücudun yeteri miktarda protein almasına, Kas yıkımının önlenmesine - Kas yapısının güçlenmesine, - yardımcı olmaktadır. Formüllü protein tozlarından defalarca etkili tam 24 kat etkili formül, spor yapmadan yağ yakmak isteyenlere, kilo vermeye yardımcı olur, memnuniyet garantilidir”* şeklinde endikasyon belirten ve ispata muhtaç ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “*gıda takviyesi*” kapsamında değil, “*beşeri tıbbi ürün*” veya “*ilaç*” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “*beşeri tıbbi ürün*” veya “*ilaç*” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların bu hali ile;

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin; 6/1-a, 6/1-b, 6/1-c, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 40/1-d, 42/1, 42/2

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Murat AKHAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2015/252**

**Şikayet Edilen: İlker ÖNCEL**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bursabitkisel.com](http://www.bursabitkisel.com) adresli internet sitesinde yer alan **“*MNC faith 5x5 (30 Kapsül)+vpills delay sprey”, “MNC faith 5x5 Afrodizyak (10 Kapsül)*”, “GreenStore Pilleses Set*”, “GreenStore Equisetum Kapsül”, “GreenStore Pigmentis Set”, “GreenStore Panqudie Kapsül”*** ve muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bursabitkisel.com. adresli internet sitesinin 09.03.2015 tarihli görünümünde; *“****MNC faith 5x5 (30 Kapsül)+vpills delay sprey****; Cinsel Performans artırıcı, orgazm geciktirici, …* ***MNCfaith 5x5 Afrodizyak'ın Yararları****:\* Daha güçlü, Daha Etkili,\* Daha arzulu, Daha istekli, \*.... Ne olsun ki...* ***GreenStore Pilleses Set*** *Ağrısız ameliyatsız tamamen doğal bitkilerden üretilmiş GreenStore Pilleses Hemoorid set ile hemoroid (Basur) rahatsızlığınızın önlenmesine yardımcı olun. GreenStore Pillesisin Yararları: \*Pilleses Kapsül Basur kanamalarını ilk kullanımdan itibaren kesilmesine, …,\*Rahatsılığın tekrar etmesinin önüne geçilmesine yardımcı tamamen doğal, bitkisel destek ürünüdür.* ***GreenStore Equisetum Kapsül*** *Ağrısız ameliyatsız yan etkisi olmayan tamamen doğal bitkilerden üretilmiş GreenStore Equisetum Kapsül ile Prostat rahatsızlığından kurtulacaksınız.* ***GreenStore Equisetum in Yararları:*** *\*Zayıf ve kesik kesik idrar yapımının egellenmesine,**\*İdrar esnasındaki yanma ve sancı problemlerinin giderilmesine,**…**\*PSA değerinin düşmesine yardımcıdır.* ***GreenStore Pigmentis Set***  *GreenStore Bitkisel Vitiligo Set bu hastalıkla ve bu hastalığı oluşturan etmenlerle ve hormonal bozukluklarla savaşır, vitiligoyu yenmeniz için en büyük yardımcınız GreenStore Bitkisel Vitiligo Set Olacaktır. GreenStore Pigmentis kapsül ün Yararları: \*Vitiligo lezyonlarının tamamen ortadan kalkmasını veya büyük ölçüde azalmasını sağlar \*… \*Deriyi eski rengine geri getirir.* ***GreenStore Panqudie Kapsül*** *GreenStore Panqudie Kapsül şekerin şiddeti ne derecede olursa olsun kullanmaya başladığınız ilk andan itibaren etkisini göstermeye başlayarak sizin bu rahatsızlıktan kurtulmanıza yardımcı olurGreenStore Panqudie nin Yararları: \* Kan şekerini dengelemeye, … \*Destekleyici özelliği ile pankreası destekler ve hastalığın ilerlemesinin engellenmesineyardımcı olur. \* GreenStore Panqudie nin hedefi pankreasın tekrar düzenli şekilde çalışmasını sağlamaktır. …\* Pankreasın çalışmasını engelleyen fonksiyonel bozukluk, iç organ yağlanmaları ve vücuttaki direnç kaybının engellenmesine yardımcı bitkisel destek ürünüdür.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.bursabitkisel.com. adresli internet sitesinin 09.03.2015 tarihli görünümünde; *“****MNC faith 5x5 (30 Kapsül)+vpills delay sprey****; Cinsel Performans artırıcı, orgazm geciktirici, …* ***MNCfaith 5x5 Afrodizyak'ın Yararları****:\* Daha güçlü, Daha Etkili,\* Daha arzulu, Daha istekli, \*.... Ne olsun ki...* ***GreenStore Pilleses Set*** *Ağrısız ameliyatsız tamamen doğal bitkilerden üretilmiş GreenStore Pilleses Hemoorid set ile hemoroid (Basur) rahatsızlığınızın önlenmesine yardımcı olun. GreenStore Pillesisin Yararları: \*Pilleses Kapsül Basur kanamalarını ilk kullanımdan itibaren kesilmesine, …,\*Rahatsılığın tekrar etmesinin önüne geçilmesine yardımcı tamamen doğal, bitkisel destek ürünüdür.* ***GreenStore Equisetum Kapsül*** *Ağrısız ameliyatsız yan etkisi olmayan tamamen doğal bitkilerden üretilmiş GreenStore Equisetum Kapsül ile Prostat rahatsızlığından kurtulacaksınız.* ***GreenStore Equisetum in Yararları:*** *\*Zayıf ve kesik kesik idrar yapımının egellenmesine,**\*İdrar esnasındaki yanma ve sancı problemlerinin giderilmesine,**…**\*PSA değerinin düşmesine yardımcıdır.* ***GreenStore Pigmentis Set***  *GreenStore Bitkisel Vitiligo Set bu hastalıkla ve bu hastalığı oluşturan etmenlerle ve hormonal bozukluklarla savaşır, vitiligoyu yenmeniz için en büyük yardımcınız GreenStore Bitkisel Vitiligo Set Olacaktır. GreenStore Pigmentis kapsül ün Yararları: \*Vitiligo lezyonlarının tamamen ortadan kalkmasını veya büyük ölçüde azalmasını sağlar \*… \*Deriyi eski rengine geri getirir.* ***GreenStore Panqudie Kapsül*** *GreenStore Panqudie Kapsül şekerin şiddeti ne derecede olursa olsun kullanmaya başladığınız ilk andan itibaren etkisini göstermeye başlayarak sizin bu rahatsızlıktan kurtulmanıza yardımcı olurGreenStore Panqudie nin Yararları: \* Kan şekerini dengelemeye, … \*Destekleyici özelliği ile pankreası destekler ve hastalığın ilerlemesinin engellenmesineyardımcı olur. \* GreenStore Panqudie nin hedefi pankreasın tekrar düzenli şekilde çalışmasını sağlamaktır. …\* Pankreasın çalışmasını engelleyen fonksiyonel bozukluk, iç organ yağlanmaları ve vücuttaki direnç kaybının engellenmesine yardımcı bitkisel destek ürünüdür.”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispatamuhtaç 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 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 bu hali ile;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin; 6/1-a, 6/1-b, 6/1-c, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 40/1-d, 42/1, 42/2

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İlker ÖNCEL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2014/1145**

**Şikayet Edilen: Abbott Laboratuarları İthalat İhracat ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“VitaSure****”* adlı ürün broşürlerinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** ***“VitaSure****”* adlı ürün broşürlerinde yapılan incelemede;

Ürünlerin çocuklara yönelik olduğu belirtilmediği halde tüketiciyi yanıltıcı şekilde çocuk resimlerine yer verildiği ve çocuklara yönelik olduğuna dair beyan yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, *“Bağışıklık sistemini güçlendirir, büyümeyi destekler, zihinsel gelişimi destekler, …doğru beslenme alışkanlığı kazanana dek sağlıklı büyümesine ve zihinsel gelişimine yardımcı olur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“VitaSure****”* adlı ürün broşürlerinde yapılan incelemede;

Ürünlerin çocuklara yönelik olduğu belirtilmediği halde tüketiciyi yanıltıcı şekilde çocuk resimlerine yer verildiği ve çocuklara yönelik olduğuna dair beyan yapıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, *“Bağışıklık sistemini güçlendirir, büyümeyi destekler, zihinsel gelişimi destekler, …doğru beslenme alışkanlığı kazanana dek sağlıklı büyümesine ve zihinsel gelişimine yardımcı olur”* şeklinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç 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 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 bu hali ile;

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin; 6/1-a, 6/1-b, 6/1-c, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 40/1-d, 42/1, 42/2

-2013/49 Tebliğ Numaralı Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliğinin; 13/b, 13/ğ, 13/h maddeleri

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Abbott Laboratuarları İthalat İhracat ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2014/1550**

**Şikayet Edilen: Vefa İlaç Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vefailac.com.tr](http://www.vefailac.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Zinconet C Syrup”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.vefailac.com.tr](http://www.vefailac.com.tr) adresli internet sitesinin 20.02.2015 tarihli görünümünde;

*“Zinconet C Syrup Direction for use in* ***diarrhea*** *(****İshal için kullanma talimatı****),* ***0-6 months*** *5ml a day (****0-6 ay arası*** *günde 5ml),* ***6 months-3 years*** *10ml a day (****6 ay-3 yıl******arası*** *günde 10 ml), 3-12 years 15 ml a day (3-12 yaş arası günde 15 ml)”* 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, ayrıca Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği gereğince, 0-4 yaş arası bebek ve çocuklara yönelik olarak gıda takviyesi tanıtımlarının yapılamayacağı,

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. maddesinin 3. bendi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 6/4, 8/1, 15/1, 40/1, 42/1 ve 42/2 inci maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13/ğ maddesi

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3 ve 9/4 nci maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**71)**

**Dosya No: 2013/1322**

**Şikayet Edilen: Tatlıses Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmanın sahibi olduğu kamuoyunca bilinen İbrahim Tatlıses’in ***“imparatoribo”*** adlı twitter hesabı ile firmaya ait ***“Tatlisescigkoft”*** adlı twitter hesaplarının [www.twitter.com](http://www.twitter.com) adresli internet sitesinde yaptıkları reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanızın sahibi olduğu kamuoyu tarafından bilinen İbrahim Tatlıses isimli sanatçıya ait olan@imparatoribo kullanıcı isimli Twitter hesabı tarafından 06.09.2013 tarihinde ; *“ Tabii ki katkısız olan Tatlıses çiğköfte ye katkı maddesi olmayan çiğköfte Tatlıses çiğköfte. Sen çiğköfte ye çiğköfte de kanseri yensin...! Ceviz var, issot var, limon var, domates var, zeytinyağı var, kanserin düşmanı bulgur var, var da var. (…) Hem de katkısız bizimdir diye demiyorum hepsinde katkı var bizde yok!*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda ürününün 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 ve 5/ç maddeleri;

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

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

- Reklamın 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, 7/3, 13, 14 ve 17 nci 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, reklam veren **Tatlıses Gıda 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.

**72)**

**Dosya No: 2014/1555**

**Şikayet Edilen: Atabey KILINÇ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.beyhanecza.com](http://www.beyhanecza.com) adresli internet sitesinin 28.01.2015 tarihli görünümünde;

*-* ***Multi-tabs 1-4 yaş için Multivitamin-mineral çiğneme tableti*** adlı ürüne yönelik olarak*, “1-4 yaş arası çocuklarda vitamin ve mineral eksikliğinden kaynaklanan yetersizliklerin önlenmesi; beyin fonksiyonlarının gelişimi ve nöropsikolojik aktivite, kemiklerin yeterli büyümesi, epitel dokunun gelişimi, bağışıklık sisteminin güçlenmesi gibi hayati öneme sahip birçok metabolik fonksiyonu olumlu yönde etkilemektedir.1-4 yaş arası çocuklarda vitamin ve mineral eksikliğinin önlenmesi ve* ***tedavisinde kullanılan******Multi-tabs 1-4 Yaş Çiğneme Tableti****, çocukların bir vitamin ve mineral kompleksinden almaları gereken maksimum faydayı sağlayacak şekilde hazırlanmıştır.” -* ***Multi-tabs 4 yaş üstü multivitamin-mineral çiğneme tableti*** adlı ürüne yönelik olarak, “*Çocuklarda ve yetişkinlerde beslenme yetersizlikleri; beyin fonksiyonlarının gelişimi, kemiklerin büyümesini, bağışıklık sitemini, okul performansını ve nöropsikolojik aktiviteyi, sindirim sistemini, epitel dokunun gelişimini olumsuz yönde etkilediği gibi dolaylı yoldan ortaya çıkabilecek daha birçok sağlık sorununu da beraberinde getirebilir. 4 yaşından büyük çocuklarda* ***vitamin ve mineral eksikliğinin önlenmesi ve tedavisinde kullanılan Multi-tabs 4 Yaş Üstü Çiğneme Tableti****, çocukların bir vitamin ve mineral kompleksinden almaları gereken maksimum faydayı sağlayacak şekilde hazırlanmıştır.”-* ***Echinol Hot*** adlı ürüne yönelik olarak, “*Echinol Hot; kış boyunca içinizi ısıtacak, boğazınızı yumuşatacak, burnunuzu ve genzinizi açarak sizi* ***rahatlatacak vücudunuzun direncini arttırıp kış boyu sizi hastalıklardan koruyacak*** *adaçaylı ekinezya konsantresidir. İçerisinde tüm dünyada vücudun* ***bağışıklık gücünü arttırdığı*** *bilinen Echinacea purpurea herba esktresi bulunmaktadır. Kış boyunca kullanıldığında kış rahatsızlıklarına yakalanma oranını azaltır. Echinol Hot’ın eşşiz bileşiminde bulunan mentol ise ağız ve boğaz boşluğunda antiseptik etkiler gösterirken burun ve genzin açılmasına da yardımcı olarak sizi rahatlatacaktır.”-* ***Echinol Şurup*** adlı ürüne yönelik olarak, “***Herkesin bildiği gerçek; Echinol kullanmadan kış geçmez, geçse bile çok zor geçer!*** *Echinol Şurup* ***kış döneminde çocukların vücut dirençlerini arttırarak koruyan*** *eşsiz bir ekinezya takviyesidir. Vücut direncini arttıran ve özellikle kış dönemi gibi hastalıkların sık görüldüğü dönemlerde* ***mutlaka alınması önerilen*** *vitamin C ve çinko içerir. Okul gibi kalabalık ortamlarda* ***kış hastalıklarına yakalanmak*** *çok kolaydır. Bu nedenle çocuğunuzu mutlaka korumalısınız.”* 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, 5/d ve 5/k maddeleri;

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 42/1, 42/2, maddeleri,

- Türk Gıda Kodeksi Takviye Edici Gıdalar Tebliği’nin 13/ğ maddesi

-10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3 ve 9/4 üncü maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**73)**

**Dosya No: 2015/244**

**Şikayet Edilen: Pınar Süt Mamulleri Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Pınar Ayran”*** ambalajlarının üzerinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler**: Pınar Ayran ambalajlarının üzerinde “Yogurt Drink From the Diary Leader” (Süt ve Süt Ürünleri Satan Firmaların Liderinden Ayran) şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanın ürün ambalajında yer alan ve yanıltıcı olduğu iddia edilen “Yoghurt Drink from The Diary Leader” ifadelerinin bilimsel bir araştırmaya dayalı olarak ispatlandığı dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı tespit edilmiş olup söz konusu ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2014/1556**

**Şikayet Edilen: Çağlar ÇOL**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.eczaneyiz.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda takviyelerine ve kozmetik ürünlerine ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.eczaneyiz.com](http://www.eczaneyiz.com) adresli internet sitesinin 16.03.2015 tarihli görünümünde; **“Aerochamber Plus Flow-Vu Bebek”**adlı ürüne yönelik olarak; “*Aerochamber ismi ile ürüne adını vermiş olup, dünyanın en kaliteli aerochamberlarını üretmektedir. İlaç verimi hastaların kullanım tekniklerinden daha az etkilenir. Örneğin; ilacın sıkılması ve nefes alımı arasında geçen zaman gibi…* ***İlaç*** *ağızlığına tamamen oturan MDI sayesinde sıkılan ilaç, hazne çeperlerine daha az yapışır. Bu da ilaç kaybını önler. Ürün* ***CE ve FDA*** *onaylıdır. Aerochamber Plus diyaframlı ilaç haznesi, hastaların inhaler ilaçlarını en iyi şekilde alımlarına yardımcı olur. Daha iyi bir tasarım ve daha yüksek ilaç verimi Aerochamber Plus size ve* ***hastalarınıza ölçülü inhaler tedavisinde fayda*** *ile birlikte aynı zamanda avantaj da sağlar.”* ***“*Osteo Bi-Flex”** adlı ürüne yönelik olarak; “*Glukosamin Sülfat; çeşitli formlarda kullanıma hazır bir ek gıdadır. Molekül yapısı basittir.* ***Glukosamin Sülfat (GS) formu osteoartrit (kireçlenme) (OA) için üzerinde en çok klinik araştırma yapılan ve OA için faydalı kanıtlanan tek formüldür. Bu nedenle OA tedavisi için tercih edilen form da bu formdur. Glukosamin günlük yiyeceklerimizde önemli miktarda bulunmaz.*** *Bu yüzden ek gıda olarak karides ve istiridye gibi kabuklu deniz ürünlerinin kabuklarından üretilir.* ***“*Pulmoll Okaliptüs Mentollü Boğaz Pastili”** adlı ürüne yönelik olarak; “*Pulmoll Ekstra Güçlüdür.* ***Bağışıklık sistemini güçlendirir.****”* ***“*Zincomega Balık Yağı” adlı ürüne yönelik olarak; *Zincomega Şurup çocuklarda zihinsel gelişime, sinir sisteminin güçlenmesine, göz gelişimine ve enerji metabolizmasına yardımcıdır. Zincomega Şurup besleyicidir.****“* Kozmetik ürünlerine yönelik olarak; **“Minoxil Forte Sprey”** adlı ürüne yönelik olarak; “***Bu ilaç sizin reçetesiz olarak temin edip bir doktor yardımı almadan eczacınızın tavsiyesi ile hafif bir hastalığı tedavi etmeniz içindir. Buna karşın, yine de Minoxil’ den en iyi sonuçları alabilmeniz için dikkatli kullanmanız gerekmektedir. Minoxil Topikal saç büyümesi uyarıcı bir ilaçtır. Kellik (Androgenetik Alopesi)’in uzun süreli tedavisinde saç dökülmesinin önlenmesi ve saç büyümesinin uyarılmasında kullanılır. Tedaviyi erken kesmeyiniz; çünkü MİNOXİL, saç dökülmesinin önlenmesi ve saç çıkmasının sağlanmasında uzun süreli kullanılır. Saç çıkması 4 ila 6 ay sürekli uygulamadan sonra, maksimum etki 12 ay sonunda görülür.****”* **“Prominoxil Şampuan”** adlı ürüne yönelik olarak: “*Saç ve saçlı deri sorunlarında; Antienflamatuar, mikro dolaşımı iyileştirici  ve saçlı derinin iyi bir hidrasyona sahip olmasını destekleyici ürün olan Prominoxil Centella asiatica ve polikarboksilik asidin; çinko, sodyum, magnezyum ve manganez tuzlarının en uygun konsantrasyonlarını içerir. Prominoxil Şampuan İçeriği: Prominoxil Şampuan içeriğindeki, Centella asiatica antienflamatuar, mikro dolaşımı iyileştirici özelliğe sahiptir. Bütünlüğü bozulmuş deride, antioksidatif aktivitenin, kollajen sentezinin düzenlenmesini  ve kan dolaşımının iyileşmesini destekler. Centella asiatica saçlı derideki çeşitli mikro dolaşım sorunlarının ve lupus, egzema, atopik dermatit, psöriazis  gibi inflamatuar saçlı deri sorunlarının giderilmesini destekler. Prominoxil Şampuan içeriğindeki Polikarboksilik asidin; çinko, sodyum, magnezyum ve manganez tuzlarının optimal konsantrasyonları ile derinin iyi bir hidrasyona ve yeterli enerji kapasitesine sahip olmasına da destek verir.”*

**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, 5/d, 7/a, 7/b ve 7/c maddeleri;

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 42/1, 42/2, maddeleri,

-10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/h, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**75)**

**Dosya No: 2015/45**

**Şikayet Edilen: Ahmet KÜRKÇÜ**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ikikapili.com.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda ürünlerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsınıza ait www.ikikapili.com.tr adresli internet sitesinin 24.02.2015 tarihli görünümünde; Ürünlerimiz başlığı altında, *“****Susam****; yağı safra taşlarının düşürülmesi için yararlıdır. Karaciğer* ***hastalıklarında*** *kullanılmaktadır. Kabızlığı gidericidir. Cinsel gücü arttırır. Karın ağrısını giderir. Nefes darlığı ve* ***bronşit*** *için yararlıdır.* ***Zerdeçal****; Antioksidan etkilidir. Curcumin içerir. Curcimin’in antioksidan etkisi E ve C* *vitaminlerinden daha güçlü olduğu görülmüştür. İltihap giderici özelliği vardır. Zerdeçal karaciğer* *için yararlıdır. Karaciğeri güçlendirir ve karaciğerden toksinlerin atılmasına yardımcı olur.* *Solunum yolu* ***enfeksiyonların tedavisinde*** *yararlanılır. Curcimin* ***kansere karşı koruma*** *sağlar ve* ***tümör hücrelerinin çoğalmasını engelleyici*** *özelliği vardır. Yapılan araştırmalarda, cilt, kolon ve* *göğüs kanseri için faydalı olabileceği görülmüştür. Safra kesesi ve safra yollarının fonksiyonel* *hastalıklarına karşı etkisi Zerdeçal’ın yararları arasındadır. Deneysel çalışmalarda Zerdeçal’ın* *kolesterolü azaltıcı etkisi belirlenmiştir. Hazmı kolaylaştırır. Sigaranın verdiği zararları* *azaltabileceği yapılan bir çalışmada görülmüştür. Hayvanlar üzerinde yapılan deneylerde* ***Kistik*** ***Fibroz tedavisinde*** *önemli fayda sağlayabileceği gösterilmiştir.* ***Ihlamur****; Sinirleri yatıştırır ve rahatlatır. Kan dolaşımını düzenlemeye yardımcı olur.* ***Uykusuzluğa*** *ve iç sıkıntısına iyi gelir. Aybaşı ağrılarını hafifleterek daha kolay geçmesini sağlar.* *Sindirime yardımcı olur.* ***İdrar söktürücüdür****. Bağırsak ve böbrekleri temizler. Böbrek taşlarını ve* *kumlarını dökmeye yardımcı olur.* ***Kansızlığı giderir****. Saç dökülmesini azaltır. Vücudu terleterek* *vücuttaki zararlı maddelerin uzaklaştırılmasını sağlar.* ***Soğuk algınlığı ve gribe iyi gelir****. Göğsü* *yumuşatır, bronşları açar ve balgamı söker.* ***Romatizmaya ve gut hastalığına iyi gelir****. Burkulma ağrılarını hafifletir -* ***Tarçın****; Dolaşım faaliyetlerini düzenler kanı sulandırır.* ***Damar sertliğini önler. Kalp krizi riskinidüşürür. Kalp rahatsızlıklarının ortaya çıkmasına engel olur. Bağırsak gazlarının giderir. Midede meydana gelen şişkinliğe iyi gelir. Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir.*** *Sistitgibi idrar**yolu rahatsızlıklarına iyi gelmektedir. Aknelere iyi gelmektedir. Mevsim geçişlerinde meydana**gelen yorgunluklara iyi gelmektedir. Kötü kolesterol olarak bilinen ldl kolesterol seviyesini**düşürür. Hafızanın etkinliğini sağlar. Vücudu rahatlatıcı etkisi bulunmaktadır.* ***Karanfil****; Antiseptiktir; Mikropları öldürür. Diş ağrılarını kesmeye yardımcı olur. Ağrı kesici ve mikrop öldürücü özelliği nedeniyle özellikle* ***diş hekimliğinde*** *faydalıdır. Gaz söktürücüdür. Uyarıcıdır. Bedeni ve zihni yorgunluğu giderir.* ***Kalbi ve hafızayı kuvvetlendirir****. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Mideye ve göğse kuvvet verir. Karanfil çiçekleri balgam söktürücüdür. Öksürüğü keser.* ***Cinsel isteği arttırır****. Mide bulantısını ve kusmayı önler, ateşi düşürür. İshali keser.”* 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 üncü maddesinin 3 üncü bendi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 42/1, 42/2, maddeleri,

-10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3 ve 9/4 üncü maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**76)**

**Dosya No: 2014/1690**

**Şikayet Edilen: Safa DOĞAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.n11.com](http://www.n11.com) adresli internet sitesinde **“*Karbonat Çayı”***isimli ürüne ilişkin yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****Karbonat Çayı****”*** isimli ürüne ilişkin [www.](http://www.cintopusiparis.net)n11.com adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda; “***Türkiye Aktarlar ve Baharatçılar Federasyonu Tarafından Onaylanmıştır.***”şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan ifadelerde,herhangi bir dernek ya da federasyonun gıda takviyelerinin üretimi ile ilgili onay verme yetkisi olmadığı halde bahsi geçen ifadelerin kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-1, 7/c-6, 15, 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 **Safa DOĞAN** 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.

**77)**

**Dosya No: 2014/1661**

**Şikayet Edilen: Selva Mahanoğlu Antakya Kolik.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.acaiberry.com.tr)garantialisveris.com adresli internet sitesinin 27.11.2014 tarihli görünümünde yer alan, “*Kaffka Menengiç Kahvesi***”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“İçerdiği yüksek E vitamini ve doymamış yağ asidi düzeyi ile kolesterolü düşürmeye, kalp damar sertliğini önlemeye, böbrek kumlarının dökülmesine yardımcı olur, mide ağrılarını dindirir.”* şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanıldığı, bununla birlikte [www.garantialisveris.com](http://www.garantialisveris.com) ve [www.sanalmarket.com](http://www.sanalmarket.com) adresli internet sitelerinde “*Çakşır Otu Kökü”, “Taze Yerli Kekik”* isimli satışa sunulan bitkilerle ilgili olarak da *“En çok Hatay bölgesinde bulunan bu şifalı otumuzu, önemli olan cinsel sorunlar için çay gibi demleyerek içilmesi tavsiye edilmektedir.”, “Kanı mikroplardan temizler, taze veya kurutulmuşundan yapacağınız çayı da sizi sancılardan kurtarır. Yatıştırıcı ve antiseptik etkileri vardır****”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/3, 6/4, 40/1, 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-1, 13, 17 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Selva Mahanoğlu Antakya Kolik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**78)**

**Dosya No: 2014/1437**

**Şikayet Edilen: Özçelikler Demir San. Tic. Tur. Yat. Ve İşl. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Grand Özçelik Otelisimli turizm işletmesinin, tesise bitişik konumda bulunan apart oteli kiraladığı, tesis tanıtımlarının gerçekleştirildiği [www.hotelgrandozcelik.com](http://www.hotelgrandozcelik.com) adresli internet sitesinde, Grand Özçelik Otel 96 odalı olmasına karşın, tesisin 116 odalı olarak tanıtıldığı, bu durumda bitişikte bulunan apart otelin de 4 yıldızlı tesisle birlikte tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Grand Özçelik Otel isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 4 yıldızlı olarak belgelendirilmesine karşın, tesis yanındaki apart otelin de ilgili firma tarafından kiralandığı, 96 odası olan turizm işletmesinin, [www.hotelgrandozcelik.com](http://www.hotelgrandozcelik.com) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda; ***“Tesisin 116 odası bulunmaktadır.”*** şeklinde, herhangi bir belgesi olmayan apart otel ile birlikte tanıtıldığı, dolayısıyla kiralanan apart otelin de 4 yıldızlı tesisle birlikte işletildiği ve tanıtımının gerçekleştirildiği ve bu durumun tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve mevzuata aykırı nitelikte olduğu;

Dolayısıyla, inceleme konusu tanıtımların;

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

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun 37/A maddesi uyarınca hazırlanan ve 21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı maddesi;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**79)**

**Dosya No: 2015/238**

**Şikayet Edilen: Lotis Turizm Sey. İnş. Tem. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (Lotis Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Lotis Otel isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak www.lotishotel.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Lotis Otel” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca 3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.lotishotel.com.tr adresli internet sitesinde “Butik Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: :** Lotis Turizm Sey. İnş. Tem. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait “Lotis Otel” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca 3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.lotishotel.com.tr](http://www.lotishotel.com.tr) adresli internet sitesinde “Lotis Boutique Hotel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Lotis Turizm Sey. İnş. Tem. 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.

**80)**

**Dosya No: 2015/350**

**Şikayet Edilen: Acar Tur. İnş. ve Tic. A.Ş. (Hotel Pırlanta)**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Hotel Pırlanta” isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak www.pirlantahotel.com adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.08.2014, 11.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı materyaller

**Tespitler:** “Hotel Pırlanta” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.pirlantahotel.com](http://www.pirlantahotel.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde “4 Yıldızlı Otel” olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Acar Tur. İnş. ve Tic. A.Ş.’ye ait “Hotel Pırlanta” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.pirlantahotel.com](http://www.pirlantahotel.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait 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 Yönetmeliği’nin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 13 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, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**81)**

**Dosya No: 2015/380**

**Şikayet Edilen: Fak-Maz Tur. Otl. ve Taş. Tic. Ltd. Şti. (Royal Gaziantep Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Royal Gaziantep Otel isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak www.royalhotelgaziantep.com adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı materyaller

**Tespitler:** “Royal Gaziantep Otel” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.royalhotelgaziantep.com adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Fak-Maz Tur. Otl. ve Taş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait “Royal Gaziantep Otel” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.royalhotelgaziantep.com adresli internet sitesinde ve tesise ait 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;

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b,7/5-g, 9/1, 9/4 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Fak-Maz Tur. Otl. ve Taş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2015/395**

**Şikayet Edilen: Taşar Yapı Tur. Sağ. ve Eğitim San. Tic. Ltd. Şti. (Taşar Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Taşar Otel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Taşar Otel” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca tescilli isminin “Taşar Otel” olmasına karşın, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde “Taşar Deluxe Hotel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Taşar Yapı Tur. Sağ. Eğitim San. Tic. Ltd. Şti.’ ye ait olup, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” ile belgelendirilmiş turizm işletmesinin tescilli isminin *“Taşar Otel”* olmasına karşın, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde *“Taşar Deluxe Hotel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**83)**

**Dosya No:2015/346**

**Şikayet Edilen: Çamtur Tur. İnş. ve Tic. A.Ş. (Club Justiniano Park Conti Otel & Justiniano Moonlight Otel )**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Club Justiniano Park Conti Otel”***ve***“Justiniano Moonlight Otel"*** isimli turizm işletmelerinin tanıtımına ilişkin olarak [www.justinianohotels.com](http://www.justinianohotels.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.justinianohotels.com](http://www.justinianohotels.com) adresli internet sitesinin 24.12.2014 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda ***“7 katlı Deluxe bina olan Moonlight blok Köprü üst geçit ile Justiniano Park Conti’ye direkt olarak bağlantılıdır ve tüm yiyecek, içecek ve plaj üniteleri ortak olarak kullanılır.”*** ifadelerinin kullanıldığı, bununla birlikte söz konusu internet sitesinde *“Club Justiniano Park Conti Otel”* ve *“Justiniano Moonlight Otel”* isimli turizm işletmelerinin tanıtımının birbirinden bağımsız olarak yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından [www.justinianohotels.com](http://www.justinianohotels.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, *“Club Justiniano Park Conti Otel”* ve *“Justiniano Moonlight Otel”* isimli turizm işletmelerinin tanıtımının birbirinden bağımsız olarak yapıldığı ve söz konusu tanıtımlarda tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı herhangi bir ifadeye yer verilmediği anlaşıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2013/961**

**Şikayet Edilen: Batı İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Susesi Premium Termal Rezidans & Spa Center)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Susesi Premium Termal Rezidans & Spa Center”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.susesitermal.com](http://www.susesitermal.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait broşürlerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.05.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler: *“Susesi Premium Termal Rezidans & Spa Center”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.susesitermal.com](http://www.susesitermal.com) adresli internet sitesinin 20.05.2013 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, ***“Rezidans konutunuzda hem tatil yapın, hem de dünyanın en ünlü 3000 yıldır şifa dağıtan kaplıca suyundan yararlanarak sağlığınızı koruyun (…) Beş yıldızlı otel konforunda yaşayın, tüm sağlık hizmetleri, diş, göz, diyetisyen, fizik tedavi, estetik ve güzellik merkezi S.P.A. Fitness Merkezi ile genç ve dinç kalın (…) Türkiye’nin en büyük kapalı termal havuzları da bu sitede (…) 7 yıldızlı otel konforunda (…)”*** ifadelerine; tesise ait broşürlerde yer alan tanıtımlarda ise, ***“Aydın’ın termal cenneti Germencik Mursallı’da SUSESİ PREMIUM Spa Center & Termal Rezidans konutlarımız sizleri bekliyor. Termal havuzları, yüzme havuzları, Türk hamamları, saunalar, jakuziler, buhar banyoları, kuaför salonları, cilt ve bakım üniteleri, çamur banyosu, bowling salonu, restaurantlar, sinema, balo salonu, süpermarket, internet cafe, pastane, eczane, mescit, fitness salonu, kuyumcu, butik, spor alanları ve fizik tedavi üniteleri ile birlikte birçok hizmeti sizlere 5 yıldızlı otel konseptine uygun ve ŞOK FİYATA sunuyor.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Susesi Premium Termal Rezidans & Spa Center”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.susesitermal.com](http://www.susesitermal.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“Rezidans konutunuzda hem tatil yapın, hem de dünyanın en ünlü 3000 yıldır şifa dağıtan kaplıca suyundan yararlanarak sağlığınızı koruyun (…) Beş yıldızlı otel konforunda yaşayın, tüm sağlık hizmetleri, diş, göz, diyetisyen, fizik tedavi, estetik ve güzellik merkezi S.P.A. Fitness Merkezi ile genç ve dinç kalın (…) Türkiye’nin en büyük kapalı termal havuzları da bu sitede (…) 7 yıldızlı otel konforunda (…)”*** ifadelerine; tesise ait broşürlerde yer alan tanıtımlarda ise, ***“Aydın’ın termal cenneti Germencik Mursallı’da SUSESİ PREMIUM Spa Center & Termal Rezidans konutlarımız sizleri bekliyor. Termal havuzları, yüzme havuzları, Türk hamamları, saunalar, jakuziler, buhar banyoları, kuaför salonları, cilt ve bakım üniteleri, çamur banyosu, bowling salonu, restaurantlar, sinema, balo salonu, süpermarket, internet cafe, pastane, eczane, mescit, fitness salonu, kuyumcu, butik, spor alanları ve fizik tedavi üniteleri ile birlikte birçok hizmeti sizlere 5 yıldızlı otel konseptine uygun ve ŞOK FİYATA sunuyor.”*** ifadelerine yer verildiği; ancak Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Başkanlığı’nın, söz konusu projeye ilişkin olarak kaplıca tesisi başvurusunun bulunmadığı, anılan tesiste kullanılacağı bildirilen suyun Sağlık Bakanlığınca onaylanmadığı, ***“şifa dağıtan kaplıca suyu” , “fizik tedavi” , “termal havuz”*** şeklinde tanıtım yapılabilmesi için Kaplıca İşletme izni alınmış olması gerektiği; ayrıca tanıtımlarda yer alan “***Beş yıldızlı otel konforunda yaşayın, tüm sağlık hizmetleri, diş, göz, diyetisyen, fizik tedavi, estetik ve güzellik merkezi (…) Türkiye’nin en büyük kapalı termal havuzları da bu sitede*”** şeklindeki ifadeler nedeni ile tesisin yalnızca konut olarak planlanmadığının anlaşıldığı görüşü de dikkate alınarak, söz konusu tesiste kullanılacağı bildirilen suyun Sağlık Bakanlığınca onaylanmamasına ve firma tarafından Valilikten Kaplıca İşletme izni alınmamasına karşın, inceleme konusu internet sitesi ve broşürlerde söz konusu tesise ilişkin olarak ***“şifa dağıtan kaplıca suyu” , “fizik tedavi” , “termal havuz”*** şeklinde tanıtım yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin 16 ncı ve 29 uncu maddeleri;

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci 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,

- 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, 7/5-g, 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 **Batı İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**  hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2014/1440**

**Şikâyet Edilen: Bertiz Turizm ve Otelcilik Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.10.2014-04.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu **Bertiz Hotel** adlı turizm işletmesine ait [www.bertizhotel.com](http://www.bertizhotel.com) adresli internet sitesinin 10.10.2014 ve 04.03.2015 tarihli görünümlerinde “**butik otel”** olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu **Bertiz Hotel** adlı turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilmiş turizm belgesi bulunmamasına rağmen,[www.bertizhotel.com](http://www.bertizhotel.com) adresli internet sitesinin 10.10.2014 ve 04.03.2015 tarihli görünümlerinde “**butik otel”** olarak tanıtımının yapıldığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7. maddesine,

**-** 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. maddesi hükümlerine aykırı olduğuna

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

**86)**

**Dosya No: 2014/1583**

**Şikâyet Edilen: Şanlı Oto. San. İnş. Tur. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam *“Bahir Resort & SPA – Nilbahir Hotel”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak, [www.hotelnilbahir.com](http://www.hotelnilbahir.com) adresli internet sitesinde ve tanıtım broşüründe yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür.

**Tespitler: *“Bahir Resort & SPA – Nilbahir Hotel”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak, [www.hotelnilbahir.com](http://www.hotelnilbahir.com) adresli internet sitesinde ve tanıtım broşüründe ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı, ayrıca tesis denize sıfır olmamasına rağmen tanıtım broşüründe denize sıfır olduğu algısı yaratacak şekilde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ***“Bahir Resort & SPA – Nilbahir Hotel”*** isimli turizmişletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel” olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, anılan internet sitesinin 10.09.2014 tarihli görünümünde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı, ayrıca tesis denize sıfır olmamasına rağmen tanıtım broşüründe denize sıfır olduğu algısı yaratacak şekilde tanıtım yapıldığı, 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 maddelerine,

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

hükümlerine aykırı olduğuna

Buna göre, reklam veren **Şanlı Oto. San. İnş. Tur. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2014/1533**

**Şikayet Edilen:** **Marinem Karaca Hotel (AK-GÜL Bodrum De Luxe Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.akgruphotel.com](http://www.akgruphotel.com) ve [www.akgulbodrumdeluxehotel.com](http://www.akgulbodrumdeluxehotel.com) adresli internet sitelerinde yer alan ifade ve görseller.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2014 ve 05.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.akgruphotel.com](http://www.akgruphotel.com) adresli internet sitesinin 20.11.2014 tarihli görünümünde; otel görselinde "...Karaca Hotel" kısmi olarak görünmesine rağmen, anılan internet sitesinde "Ak-Gül Bodrum De Luxe Otel" ismiyle tanıtım yapıldığı,

Diğer yandan [www.akgulbodrumdeluxehotel.com](http://www.akgulbodrumdeluxehotel.com) adresli internet sitesinin 05.09.2014 tarihli görünümünde de yine aynı şekilde "Ak-Gül Bodrum De Luxe Otel" isminin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicileri yanıltıcı söz konusu bu tanıtımların;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

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

- 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 ve 21 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Marinem Karaca Hotel (AK-GÜL Bodrum De Luxe 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.

**88)**

**Dosya No: 2014/1444**

**Şikayet Edilen:** **Sım- Yapı İnş. Tur. Nak. Yemek. Ve Tem. Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Sandal Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Sandal Otel"*** isimli tesisin tanıtım levhalarında ve [www.hotelsandal.com](http://www.hotelsandal.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.09.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** "Sandal Otel" isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından alınmış herhangi bir turizm belgesi olmamasına rağmen otel tanıtım levhalarında ve bahsi geçen internet sitesinin 04.09.2014 tarihli görünümü ile 07.04.2015 tarihli görünümlerinde 3 yıldızlı otel olarak görsel tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicileri yanıltıcı söz konusu bu tanıtımların;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5 inci maddesi,

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

- 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 ve 21 inci maddeleri,

- 10/1/2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 nci, 9 uncu ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sım- Yapı İnş. Tur. Nak. Yemek. Ve Tem. Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Sandal 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.

**EĞİTİM**

**89)**

**Dosya No: 2015/424**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.travnikuniversite.org](http://www.travnikuniversite.org), [www.saraybosnaegitim.com](http://www.saraybosnaegitim.com), [www.saraybosnauniversiteleri.org,www.saraybosnadaegitim.org](http://www.saraybosnauniversiteleri.org,www.saraybosnadaegitim.org) www.saraybosnauniver siteleri.com.tr, [www.ayed.com.tr](http://www.ayed.com.tr), [www.bosnahersekegitim.com.tr](http://www.bosnahersekegitim.com.tr) [www.saraybosnaegitim.com.tr](http://www.saraybosnaegitim.com.tr) adresli internet sitelerinde gerçeğe aykırı beyanlara yer verildiği iddiası.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2015-09.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.travnikuniversite.org](http://www.travnikuniversite.org), [www.saraybosnaegitim.com.tr](http://www.saraybosnaegitim.com.tr), [www.saraybosnauniversiteleri.org](http://www.saraybosnauniversiteleri.org), [www.saraybosnadaegitim.org](http://www.saraybosnadaegitim.org), [www.saraybosnauniversiteleri.com.tr](http://www.saraybosnauniversiteleri.com.tr) ve [www.ayed.com.tr/ucretler/35-bosna-hersek-universiteleri-ucretleri](http://www.ayed.com.tr/ucretler/35-bosna-hersek-universiteleri-ucretleri) adresli internet sitelerinde; *“Uluslararası Travnik Üniversitesi ile yaptığımız tarihi anlaşmaya göre; Üniversite’de bulunan lisans bölümlerinin tamamı Türkçe olarak eğitim verecektir. Anadolu Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı, Uluslararası Travnik Üniversitesi adına Türkçe dilinde eğitim için öğrenci kaydetme yetkisi olan tek firmadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlar aracılığı ile gerçeğe aykırı beyanlara yer verildiği,

[www.travnikuniversite.org](http://www.travnikuniversite.org) adresli internet sitesinde anılan üniversiteye öğrenci kaydetmeye yetkili firma olduğu izlenimi yaratıldığı,

Ve fakat “öğrenci kaydı” hakkında bahsi geçen üniversite ile yapılan aracılık sözleşmesinin noter kanalıyla feshedildiği, şuanda tek yetkili firmanın Europointstar Yurtdışı Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti. olduğu değerlendirilmekte olup; bahsi geçen tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 nci, 9 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Anadolu Yurtdışı Eğitim Danışmanlığı Ltd. Şti.** 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.

**90)**

**Dosya No: 2015/405**

**Şikayet Edilen:** İhtiyaç Yayıncılık Dershanecilik Uzaktan Eğitim Bilişim Hizm. Tur. Rekl. Otomotiv İnş. Org. San. ve Tic. A.Ş.

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sır-Sınav sorularını gören ‘SIR KOMİSYON’ tarafından hazırlanmıştır”*** ifadelerini içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17/03/2015

**Yayınlandığı Mecra:** Fuar standı

**Tespitler:** Bursa Ticaret İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen 17/03/2015 tarihli tutanak ile Osmangazi/BURSA adresindeki fuar alanında yer alan *“İhtiyaç Yayınevi”* standında ***“Sır-Sınav sorularını gören sır komisyon tarafından hazırlanmıştır”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu tarafından 13.01.2015 tarih ve 232 sayılı toplantısında; firmanıya ait “**Sır”** adlı kitapların kapaklarında ve [www.ihtiyacinne.com](http://www.ihtiyacinne.com) adresli internet sitesinin 05.12.2014 tarihli görünümünde; ***“Sır-Sınav sorularını gören******‘SIR KOMİSYON’******tarafından hazırlanmıştır. Çıkacak soru :) veya çıkmış soru ile konuların sınavda size nasıl sorulacağını göreceksiniz”*** ifadelerine yer verilerek gerek sınav sorularını hazırlayan komisyonun, gerekse sınav sorularının gizli olduğu Kamu Personeli Seçme Sınavında çıkacak soruların, tanıtımı yapılan kitap setinde bulunduğunun belirtildiği, ayrıca kitabı hazırlayan komisyonla ilgili **“Sır Komisyon”** ifadesi kullanılarak kitapta yer alan soruların Kamu Personeli Seçme Sınav sorularını hazırlayan komisyon tarafından hazırlandığı izlenimi verildiği, bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, gerekçeleriyle firmanız hakkında **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları uygulanmasına karar verilmiş olmasına karşın,** Bursa Ticaret İl Müdürlüğü tarafından düzenlenen 17/03/2015 tarihli tutanak ile Osmangazi/BURSA adresindeki fuar alanında yer alan *“İhtiyaç Yayınevi”* standında ***“Sır-Sınav sorularını gören sır komisyon tarafından hazırlanmıştır”*** ifadelerine yer verildiğinin tespit edildiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-b, 9 uncu ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İhtiyaç Yayıncılık Dershanecilik Uzaktan Eğitim Bilişim Hizm. Tur. Rekl. Otomotiv İnş. Org. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**ENERJİ**

**91)**

**Dosya No: 2013/775**

**Şikayet Edilen: Leyla SAVCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“GPX Energy Plus”*** isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.bugununkampanyasi.com](http://www.bugununkampanyasi.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“GPX Energy Plus”*** isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.bugununkampanyasi.com](http://www.bugununkampanyasi.com) adresli internet sitesinin 16.01.2014 tarihli görünümünde yayınlanan reklamlarda, ***“Kısa Sürede Etkili Tasarruf Daha Düşük Tüketim” , “%12 enerji tasarruf garantili” , “Benzine harcadığınız para cebinizde kalsın sevdiklerinizle harcayın, bu büyük fırsatı kaçırmayın, devir tasarruf devri! Tasarrufun 1 NUMARALI markası GPX ENERGY PLUS’ı hemen deneyin.” , “Sadece 1 sene içinde en az 2000 TL Para Cebinizde kalsın. Ödediğiniz parayı maksimum 6 ay içinde geri alırsınız, arabanızın ömrü yettiğince kullanırsınız. Sanayi Bakanlığı’ndan onaylıdır. Manyetik Yakıt Tasarruf Cihazına yaptığınız yatırım 3 ile 9 ay içerisinde geri dönme garantisi veriyoruz.” , “Devir hesap devri! Sadece Manyetik Kelepçe Ekoplus ile Yıllık Harcamanızın %12’si Cebinizde Kalsın” , “Uygulandığı yakıt hattı üzerinde çok güçlü bir manyetik alan yaratarak yakıt içerisindeki hidrojen ve karbon moleküllerini birbirlerinden ayrıştırarak düzenler ve yanma noktasında daha fazla oksijen ile buluşmalarını sağlar. Çiğ yanma oranını azaltır, yakıtta emisyon değerlerini düşürmeye yardımcıdır. EKO ENERJİ sayesinde kullanılan yakıtta verimlilik artar. Hem Evinizde, Hem de Aracınızda Yüksek Yakıt Maliyetine Son! Gpx Energy Plus araçlarda, ev ve mutfaklarda, işletmelerde %25' e varan yakıt tasarrufu sağlamanıza yardım eder. Araçlarda Tasarruf: Yakıt verimliliğini arttırır, düşük yakıt maliyeti sağlar. Aracınızın motor ömrünü arttırır, motorunuzun yakıt ve karbon kirliliğini azaltmaya yardımcı olur. Ev ve Mutfaklarda Tasarruf: Kombi ısıtma sistemlerinde tasarruf sağladığı teknik raporlarla kanıtlanmıştır. Gpx Energy Plus Evinizdeki tüp borusuna bağladığınızda kullanılan gazda yüksek oranda tasarruf sağlar. İşletmelerde Tasarruf: İşletmenizin aylık yakıt tüketiminden tasarruf yapmanızı sağlar. Ürün Özellikleri: Araçlarınız artık daha az yakıtla daha uzun yol yapmasına, Araçlarınızın yakıtında yüksek oranda tasarruf sağlamasına, Hız ve performansında artış sağlamaya destek verir.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak söz konusu iddiaların doğruluğunu kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin tarafımıza gönderilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda,***“Kısa Sürede Etkili Tasarruf Daha Düşük Tüketim” , “%12 enerji tasarruf garantili” , “Benzine harcadığınız para cebinizde kalsın sevdiklerinizle harcayın, bu büyük fırsatı kaçırmayın, devir tasarruf devri! Tasarrufun 1 NUMARALI markası GPX ENERGY PLUS’ı hemen deneyin.” , “Sadece 1 sene içinde en az 2000 TL Para Cebinizde kalsın. Ödediğiniz parayı maksimum 6 ay içinde geri alırsınız, arabanızın ömrü yettiğince kullanırsınız. Sanayi Bakanlığı’ndan onaylıdır. Manyetik Yakıt Tasarruf Cihazına yaptığınız yatırım 3 ile 9 ay içerisinde geri dönme garantisi veriyoruz.” , “Devir hesap devri! Sadece Manyetik Kelepçe Ekoplus ile Yıllık Harcamanızın %12’si Cebinizde Kalsın” , “Uygulandığı yakıt hattı üzerinde çok güçlü bir manyetik alan yaratarak yakıt içerisindeki hidrojen ve karbon moleküllerini birbirlerinden ayrıştırarak düzenler ve yanma noktasında daha fazla oksijen ile buluşmalarını sağlar. Çiğ yanma oranını azaltır, yakıtta emisyon değerlerini düşürmeye yardımcıdır. EKO ENERJİ sayesinde kullanılan yakıtta verimlilik artar. Hem Evinizde, Hem de Aracınızda Yüksek Yakıt Maliyetine Son! Gpx Energy Plus araçlarda, ev ve mutfaklarda, işletmelerde %25' e varan yakıt tasarrufu sağlamanıza yardım eder. Araçlarda Tasarruf: Yakıt verimliliğini arttırır, düşük yakıt maliyeti sağlar. Aracınızın motor ömrünü arttırır, motorunuzun yakıt ve karbon kirliliğini azaltmaya yardımcı olur. Ev ve Mutfaklarda Tasarruf: Kombi ısıtma sistemlerinde tasarruf sağladığı teknik raporlarla kanıtlanmıştır. Gpx Energy Plus Evinizdeki tüp borusuna bağladığınızda kullanılan gazda yüksek oranda tasarruf sağlar. İşletmelerde Tasarruf: İşletmenizin aylık yakıt tüketiminden tasarruf yapmanızı sağlar. Ürün Özellikleri: Araçlarınız artık daha az yakıtla daha uzun yol yapmasına, Araçlarınızın yakıtında yüksek oranda tasarruf sağlamasına, Hız ve performansında artış sağlamaya destek verir.”*** şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, söz konusu iddiaların doğruluğunu kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin tarafımıza gönderilmediği, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda 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 Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g, 13 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-a, 7/8, 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 **Leyla SAVCI** 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.

**TEKNOLOJİ VE DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**92)**

**Dosya No: 2015/98**

**Şikâyet Edilen: Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinin 13.02.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Samsung Galaxy Note 4”*** markalı ürünün fiyat bilgisine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan Samsung Galaxy Note 4 markalı ürünün 2,20 TL fiyattan satışa sunulduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinin 13.02.2015 tarihli görünümünde yer alan Samsung Galaxy Note 4 markalı ürünün piyasadaki ortalama fiyatı göz önüne alındığında, reklamda yer verilen 2,20 TL’lik fiyatın bir hatadan kaynaklandığının açık olduğu ve firma tarafından hatanın derhal düzeltildiği, bu nedenle söz konusu reklamın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi hükmüne **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2015/13**

**Şikâyet Edilen: Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Vatan Nasıl Ucuza Satıyor”*** başlıklı reklam

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda; *“GFK aylık raporlarına göre ilk 11 ay toplamında 2013’e göre yüzde 30 büyümüşüz. Bizim dışımızdaki teknoloji marketleri ise yüzde 0,3 küçülmüşler… Halka açık olmayan yabancı rakibimiz ise halka açık rakiplerin brüt kar marjından daha fazla genel gidere sahip ve çok yüksek miktarda zarar ediyor. Aklı başında bir dostun onlara pazardan çekilmelerini söylemesi gerek.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan söz konusu reklamda Philips 55PUS7809 markalı ürünün menşeinin “Güney Kore” olduğunun ve Android TV özelliğine sahip olduğunun belirtildiği ancak bu ifadelerin gerçeği yansıtmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda yer alan; *“GFK aylık raporlarına göre ilk 11 ay toplamında 2013’e göre yüzde 30 büyümüşüz. Bizim dışımızdaki teknoloji marketleri ise yüzde 0,3 küçülmüşler…”* ifadeleri ile Vatan Bilgisayar dışındaki firmaların küçüldüğü izlenimi yaratıldığı ancak aynı dönemde bazı rakip firmaların büyüme kaydettiği, bu şekilde diğer firmaların büyüme rakamlarının ortalaması alınarak hesap yapılmasının tüm rakiplerin küçüldüğü algısı yarattığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca, *“Halka açık olmayan yabancı rakibimiz ise halka açık rakiplerin brüt kar marjından daha fazla genel gidere sahip ve çok yüksek miktarda zarar ediyor. Aklı başında bir dostun onlara pazardan çekilmelerini söylemesi gerek.”* ifadesi kullanılmak suretiyle rakip firma üzerinde dürüst rekabet ilkelerine uyulmayarak haksız bir şekilde kötü imaj oluşturulduğu ve rakip firmanın kötülendiği, diğer taraftan söz konusu reklamda Philips 55PUS7809 markalı ürünün menşeinin “Güney Kore” olduğunun ve Android TV özelliğine sahip olduğunun belirtildiği ancak bu ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, bu durumun;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 7/a ve 7/c ve 14. maddeleri,

**-** 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61. Maddesi hükümlerine aykırı olduğuna

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

**94)**

**Dosya No: 2014/418**

**Şikayet Edilen:** **İndirimci Alışveriş Hiz. Biliş. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Trident”*** markalı cep telefonunun tanıtımı amacıyla yayınlanan televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından 7.12.2013 tarihinde Flash TV’de ***“Trident”*** markalı cep telefonunun tanıtımı amacıyla yayınlanan televizyon reklamlarında söz konusu ürün tanıtılırken; *“Full dokunmatik ekranlı akıllı telefonu 1200 Liraya değil kısa bir süreliğine sınırlı sayıda olmak üzere sadece 159 TL’ye sunuyoruz.”* ifadelerine yer verildiği, ancak indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünün stok miktarı, indirim süresi gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği; ayrıca, söz konusu reklamlarda “Trident” markalı cep telefonunun tanıtımı yapılmasına rağmen, satışa sunulan telefonun ekran görüntüsünün “Samsung Galaxy Note 2” ve “Samsung Galaxy S3” markalı cep telefonlarının ekran görüntülerine benzetilmeye çalışıldığı; diğer taraftan, tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik ilave açıklamaları içeren *“Tüketici satın aldığı ürünü teslim aldığı tarihten itibaren 7 gün içerisinde hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin malı reddederek sözleşmeden cayma hakkına sahiptir.Satıcı firma:İdeal Dağıtım San. Tic. Ltd. Şti. Adres:Talatpaşa Mah. Kağıthane- İSTANBUL İade No:0212 705 25 25”* şeklindeki altyazı metin boyutunun ve *“Kargo bedeli 10 TL’dir.”* şeklindeki durağan yazı boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı; bu nedenle altyazı ve durağan yazının okunabilirlikten uzak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait televizyon reklamlarında tespit edilen hususların, tüketiciyi yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, diğer ticari işletmeler 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 5/1, 5/2, 5/3, 5/4, 6/1, 6/2, 6/3 ve 6/4 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, 12, 15/a, 15/b, 16 ve 21 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**95)**

**Dosya No: 2014/411**

**Şikayet Edilen:** **Pazarsan İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Kulak Temizleyici Wax Vac”*** ürününün tanıtımı amacıyla yayınlanan televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan televizyon reklamlarında,tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik ilave açıklamalar içeren altyazı metninde *“Vakumlu Kulak Temizleyici. Garanti süresi 2 yıldır. Tüketici satın aldığı ürünü teslim aldığı tarihten itibaren 7 gün içerisinde hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin malı reddederek sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Adres İleti İç ve Dış Ticaret LTD. ŞTİ. Tel: 0212 208 90 92 Üsküdar Mahallesi Eyüp Sultan Bulvarı No:10 Eyüp/İstanbul. Adres İleti İç ve Dış Ticaret LTD. ŞTİ. Güvencesi altındadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu altyazı metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle altyazı metninin okunabilirlikten uzak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait televizyon reklamlarında tespit edilen hususların, tüketiciyi yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, diğer ticari işletmeler 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 5/1, 5/2, 5/3, 5/4, 6/1, 6/2, 6/3 ve 6/4 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, 16 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 **Pazarsan İç ve Dış Ticaret Anonim Şirketi** 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.

**96)**

**Dosya No: 2014/577**

**Şikayet Edilen: Etkin Doğrudan Satış Pazarlama ve Reklam San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hyundai Turbo 650 Motorlu Testere”*** isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak [www.etkinpazarlama.com](http://www.etkinpazarlama.com) ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet siteleri ile televizyon mecrasında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler:** *“Hyundai Turbo 650 Motorlu Testere”* isimli ürünün tanıtımına ilişkin olarak farklı versiyonlar halinde televizyon mecrasında ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli video paylaşım sitesinde yayınlanan reklamlarda; “*Tarım ve hayvancılığın tele marketi Etkin Pazarlama muhteşem bir kampanyayla karşınızda, Hyundai Turbo 650 Motorlu Testere alan herkese 30 TL değerindeki 13 parça cırcır tornavida setini hediye ediyoruz. Evet yanlış duymadınız her yerde kullanabileceğiniz 13 parça cırcır tornavida setini testere alan herkese gönderiyoruz. Cırcır tornavida setimizin içinde düz bist ucu, yıldız bist ucu ve torx bist uçları bulunmaktadır. Cırcır tornavida setimiz çok maharetlidir. Birçok işinizi kolaylıkla yapabilmenizi sağlar, her yerde kullanabilirsiniz. Artık tornavida kullanırken zorlanmanıza gerek yok. Cırcır tornavida setimiz size pratik çözümler sunar.(….) Hyundai motorlu testereyi almak için Türkiye’nin her yerinden hemen sipariş verebilirsiniz. Hyundai Turbo Motorlu Testere 379 TL’ye sizin olabilir. Üstelik Hyundai Turbo 650 Motorlu Testere alan herkese 30 TL değerindeki 13 parça cırcır tornavida setini hediye ediyoruz. Ürünümüzü kapıda peşin ödemeyle alabileceğiniz gibi peşin fiyatına kredi kartlarıyla taksitle de alabilirsiniz. Hyundai Turbo 650 Motorlu Testerenin yanında bıçakları bilemeye yarayan özel eğesini hediye ediyoruz. Ayrıca paket içerisinden yağ karıştırma ölçü kabı, anahtar takımı, Türkçe kullanım klavuzu garanti belgesi ve yetkili servis noktalarını bulabilirsiniz.”* gibi ifadelere yer verildiği ve *“Marka: Hyundai, Pala Uzunluğu :46 cm. Motor Hacmi :50 cc Klavuz- Zincir :3.25-36”* şeklindeki durağan yazı metni ile modele ait özelliklerin belirtildiği; söz konusu reklamlarda,*“(….)Dünyanın en iyi markalarından Hyundai sizin için Hyundai motorlu testereyi sizin için yeniden dizayn etti.(….)Dünyanın önde gelen çelik üreticilerinden Hyundai,* *yeni model testeremizi sizin için 46 cm. boyunda Hyundai pala ve Hyundai marka zincir ile donattı(….)Hava filtre kapağında yer alan kabartmalı “Hyundai” logosu ile ürünleri taklitlerinden ayırabilirsiniz.(…)Hyundai’nin yıllara dayanan satış sonrası hizmetleri ayrıcalığıyla testerenizi uzun yıllar sorunsuz şekilde kullanabilirsiniz. Türkiye geneline yayılmış uzman servis ağıyla satış sonrası desteği de en iyi şekilde sağlanmaktadır.(…) 2012-2013 motorlu testere sezonunda satış rekorları kıran Hyundai Motorlu testereyi tasarlayan Hyundai mühendisleri, tüm müşterilerimize ürünümüze gösterdiğiniz ilgiden dolayı teşekkür eder.(…)” ; “Duyduk duymadık demeyin! Tarım ve hayvancılığın tele marketi Etkin Pazarlama herkes testere sahibi olsun diye 2014 yılının son kampanyasını size sunuyor.* *Hyundai Turbo 650 Motorlu Testereyi 379 TL yerine sadece 349 TL’ye kapınıza kadar gönderiyoruz. Evet, sadece 349 TL’ye sizin olabilir, acele edin. 2014’ü en büyük kampanyası stoklarımızla sınırlıdır. Testeremiz sayesinde bahçenizdeki ağaçlarınızı kesebilir, çok aha kolay budama yapabilirsiniz. Hyundai 650 Motorlu Testeremizin pala boyu 46 cm.’dir. En kalın ağaçları rahatlıkla kesmenizi sağlar. Testeremiz Hyundai pala ve Hyundai 3.25 36 diş zincirle donatılmıştır. Etkin Pazarlama’nın 2014 yılı son kampanyasını sakın kaçırmayın. Hyundai Turbo 650 Motorlu Testereyi 379 TL yerine sadece 349 TL’ye kapınıza kadar gönderiyoruz. Acele edin. 2014’ü en büyük kampanyası stoklarımızla sınırlıdır. Hyundai 650 Motorlu Testereyi almak için Türkiye’nin her yerinden arayarak hemen sipariş verebilirsiniz. Ürünümüzü kapıda peşin ödemeyle alabileceğiniz gibi peşin fiyatına kredi kartlarıyla taksitle de sahip olabilirsiniz. Hyundai 650 Motorlu Testereyi Etkin Pazarlama güvencesiyle sizlere sunuyorum.(….) Hyundai Turbo 650 Motorlu Testeremizin orijinal olduğunu üzerindeki kabartma yazıdan anlıyoruz. Bu da demek oluyor ki, ürünümüzün sağlam, gerçekten Hyundai olduğunu anlıyoruz. Bundan sonra da Hyundai’nin özelliklerine girelim.(…)Ürünü aldığınız zaman ürünün kutusundan bir de ne çıkacak? Bir kurulum kuponu çıkıyor 10 TL değerinde. Geniş bir servis ağı var Hyundai Turbo 650 Motorlu Testerenin. Yok bunu aldım servisi yok… sıkıntı yok… Tabi bu kurulum kuponunu alıyorsun evine götürmeden önce alıp getiriyorsun motoru servise götürüyorsun. Bu da kurulum kuponu 10 TL değerinde, motoru kurun verin bana. Motorunuzun montajı yapılıyor, evine alıp sağlıklı bir şekilde götürebiliyorsun.(…) Bir hologram var, bu da Etkin Pazarlama güvencesinde olduğunuzun bir delilidir bu, kutumuzun kenarında görebilirsiniz.(…)”* ; *“Hyundai Motorlu testere ile yolunuz her zaman açık. Tarım ve hayvancılığın tele marketi Etkin Pazarlama dünyanın en iyi markalarından biri olan Hyundai Motorlu testereyi size sunmanın haklı gururunu yaşıyor. Hyundai Motorlu testere performansı, dayanıklılığı ve uygun fiyatı ile sizler için özel olarak üretildi. Buraya dikkat edin. Hyundai Motorlu testere en sağlam malzemelerden yapılmıştır. Hatta o kadar sağlam yapılmıştır ki bir buçuk ton ağırlığındaki jeep üzerinde dakikalarca durmasına rağmen en sağlam şekilde kalmış ve çalışmayı başarmıştır. Paranızı çöpe atmayın. Markasız, faturasız ve garantisiz testere almayın. Gelin, markayı, kaliteyi ucuza alın. Hyundai 650 Motorlu Testerenin en önemli özelliklerinden biri 3.25 kalın pala ve kalın zincirle donatılmıştır. Hyundai Motorlu Testereniz 52 cc motor hacmi ile 2.8 beygir güç üreterek sınıfındaki diğer testerelerden çok farklıdır.(…)Hyundai Motorlu testere alırken yetkili servisi ve teknik desteği dert etmeyin. Ürünümüz 2 yıl garantilidir. Türkiye geneline yayılmış yetkili servis ağıyla satış sonrasında desteği de en iyi şekilde sağlamaktadır.(….)Dünyanın en iyi markalarından olan Hyundai Motorlu testereyi almak için Türkiye’nin her yerinden sipariş verebilirsiniz.”* ; *“(…)Tarımsal ürünlerde en iyi fiyatı sunan Etkin Pazarlama dünyanın en iyi markalarından biri olan Hyundai Motorlu testereyi 399 TL yerine 299 TL tanıtım fiyatıyla kapınıza kadar gönderiyor. Evet, yanlış duymadınız 399 TL yerine sadece 299 TL. Üstelik kredi kartlarına taksit imkanıyla. Paranızı çöpe atmayın. Markasız, faturasız ve garantisiz testere almayın. Gelin, markayı, kaliteyi ucuza alın. Hyundai 650 Motorlu Testerenin en önemli özelliklerinden biri 3.25 36 diş kalın pala ve kalın zincirle donatılmıştır. Hyundai Motorlu Testereniz 52 cc motor hacmi ile 2.8 beygir güç üreterek sınıfındaki diğer testerelerden çok farklıdır. Hyundai Motorlu Testere sizin için en sağlam ve son teknolojiyle üretilmiştir.(….) Sağlam şasesi, ergonomik tasarımı ve eşsiz performansıyla kendi sınıfının lideri Hyundai Motorlu testere güç ve performansı en üst düzeyde sunuyor.(…) Hyundai Motorlu testere alırken yetkili servisi ve teknik desteği dert etmeyin. Ürünümüz 2 yıl garantilidir. Türkiye geneline yayılmış yetkili servis ağıyla satış sonrasında desteği de en iyi şekilde sağlamaktadır.(…)”* ; “*Tarım ve hayvancılığın tele marketi Etkin Pazarlama sezonun son kampanyasıyla sizlerle. 2013-2014 yıllarının en çok satan ürünü Hyundai 650 Turboyu sizlere gönderiyoruz.(…)Servis ağı Hyundai’nin, Türkiye’nin her tarafında var(…)Bir de dünyanın en önemli çelik üreticilerinden birisi Hyundai(…)”* gibi ifadelere ve *“2013 yılı motorlu testere sezonunda satış rekoru”* şeklinde durağan yazı metnine yer verildiği; ayrıca [www.etkinpazarlama.com](http://www.etkinpazarlama.com) adresli internet sitesinin 04.07.2014 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, “*Tarım ve hayvancılığın tele marketi Etkin Pazarlama 2014 yeni dizayn Hyundai Turbo 650 model motorlu testereyi iftiharla sunar. Dünyanın en iyi markalarından biri olan Hyundai, yeni model Hyundai Turbo motorlu testereyi sizin için yeniden dizayn eti. Dünyanın önde gelen çelik üreticilerinden Hyundai, yeni model testeremizi sizin için 46 cm. boyunda Hyundai pala ve Hyundai marka zincir ile donattı(….) Lütfen garantisiz-faturasız ve markasız ürünleri alarak paranızı sokağa atmayın. Hava filtre kapağında yer alan kabartmalı “Hyundai” logosu ile ürünleri taklitlerinden ayırabilirsiniz.(…)Ürünümüz 2 yıl garantilidir. Türkiye genelinde yayılmış yetkili servis ağı ile satış sonrasında desteği de en iyi şekilde sağlamaktadır.(….) 2012-2013 motorlu testere sezonunda satış rekorları kıran Hyundai Motorlu testereyi tasarlayan Hyundai mühendisleri, tüm müşterilerimize ürünümüze gösterdiğiniz ilgiden dolayı teşekkür eder.(…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve inceleme konusu reklamlarda kullanılan “Hyundai Turbo 650 Motorlu Testere” model ürün üzerinde *“Licenced by Hyundai Corporation; Korea”* ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Hyundai Turbo 650 Motorlu Testere”*isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak yayınlanan reklamlarda, ticari itibarından haksız yararlanıldığı iddia edilen “Hyundai Motor Company” yerine “Hyundai Corporation Company” isminin ve Hyundai Corporation Company’e ait farklı bir logonun kullanıldığı; “Hyundai Corporation” isimli şirketin Güney Kore merkezli, çelik, otomotiv, demiryolu sistemleri, gemicilik, bahçe makineleri, güç ürünleri gibi pek çok alanda uluslararası çapta faaliyet gösterdiği ve Hyundai Motor Company isimli şirket ile aynı tüzel kişiliğe sahip olmadığı; ancak [www.hyundaicorp.com](http://www.hyundaicorp.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, adı geçen şirketin Hyundai şabolü içerisinde Hyundai Motor Company ile işbirliği halinde olduğunun belirtildiği; ayrıca Fikri ve Sınai Haklar ile Marka ve Patent Mevzuatı kapsamında “Hyundai” markasına ilişkin hakların ihlal edildiğine yönelik, Hyundai Corporation Company, İtal Endüstriyel Makineler A.Ş. ya da şikayet edilen Etkin Doğrudan Satış Pazarlama ve Reklam San. Tic. Ltd. Şti. hakkında, Hyundai Motor Company Türkiye distrübütörleri tarafından isnat edilen bir suç veya mahkeme nezdinde açılmış bir dava olduğu yönünde bir delil bulunmadığı tespit edilmiş olup, Etkin Doğrudan Satış Pazarlama ve Reklam San. Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Hyundai Turbo 650 Motorlu Testere”* isimli ürünün tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda yer alan ifade ve görsellerin “Hyundai” markasına ait ticari itibardan haksız şekilde yararlanmak suretiyle tüketiciyi yanıltıcı nitelikte olduğunun kabul edilemeyeceği anlaşıldığından, söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2014/876**

**Şikayet Edilen: Tandır Kuyumculuk Konfeksiyon Otomotiv San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firmaya ait altın ve ziynet ürünlerinin tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan açık hava ilanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından yayınlanan açık hava ilanında çeşitli altın ve ziynet ürünlerine ilişkin fiyat bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmanın, serbest rekabet ilkesi gereği, ürünlerini istediği fiyattan satışa sunma ve bu fiyatlara ilişkin reklam yapma imkanının olduğu, yapılan başvuruda ise firma tarafından yayınlanan reklamlar sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı veya tüketicilere yönelik haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu hususunu kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgeye yer verilmediği anlaşıldığından, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik taşımadığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16 ncı maddesine ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2014/399**

**Şikayet Edilen: Hülya BİÇER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2013, 12.02.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Hülya BİÇER isimli şahsa ait [www.yeninesilkazanc.com](http://www.yeninesilkazanc.com) adresli internet sitesinin 06.02.2013 ve 12.02.2013 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlarda, **“*DÜNYANIN İLK GÖREV MARKETİNG MODELİ; Yetenek ve Görev Bazlı Tek Model; Günde 2 Saat Çalışarak Ayda 1500-5000 TL Kazanç İmkanı!; Görev Marketing Modeli Nedir? Yasal Network Marketing firmalarından , ürün satmaya her ay ürün almaya gerek kalmadan, sürekli üye bulmaya gerek kalmadan, yeteneğinize göre belirleyeceğiniz görevlerde günde 2 saat çalışarak çok ciddi gelirler elde etmenizi sağlayan dünyada ilk defa Success İş Projeleri tarafından uygulanan bir modeldir. Tüm Network Marketing Firmalarında işe başlamak için çok yüksek rakamlar ödeyerek ürün alınması zorunluluğu olmasına rağmen , Görev Marketing modelinde ise hiç bir ürün alma zorunluluğu olmadan bile sadece 30 TL lik küçük bir yatırımla hemen işe başlayabilir ve yaptığınız yatırım karşısında size yapılacak reklam desteği ile hemen kazanmaya başlayabilirsiniz.(…) Sistemimizden ortalama bir ek gelir elde etmek için haftada 5 gün günlük 2 saat Toplamda ayda 40 saat görev yapmak yeterli olmaktadır.*”** ifadelerine; söz konusu internet sitesinde “İş İmkanı ve Görev Marketing” sloganıyla sunulan videoda ise; **“*Görev Marketing Modeli nedir, kısaca bahsetmek istiyorum. Yasal network marketing firmalarından ürün satmaya gerek kalmadan, sürekli üye bulmaya gerek kalmadan, yeteneğinize göre belirleyeceğiniz görevlerimizde günde 2 saat çalışarak çok ciddi gelirler kazanmanızı sağlayan dünyada ilk defa tarafımızdan uygulanan bir modeldir. Evet, nasıl görevler, görevlere örnek verecek olursak; online dokümanların günde 2 saat raporlanması, online destek hizmetlerinde çalışılması, facebook sayfalarında yöneticilik görevleri yapılması, paylaşım platformlarında 2 saatlik reklam görevi yapılması, web bilgisi olanlar için teknik bazlı görevler, şu anda odamızda sizi karşılayan arkadaşlarımızın benzeri canlı mikrofon görevlerinde çalışılması, eğitim dokümanları hazırlanması ya da eğitim odalarımızda eğitim videoları oynatılması. Gördüğünüz gibi herkesin kolaylıkla yapabileceği basit görevler arasında bulunmaktadır. Neden görev marketing, çünkü; tüm network marketing firmalarında işe başlamak için çok yüksek rakamlar ödeyerek ürün alınma zorunluluğu olmasına rağmen, görev marketing modelinde ise hiçbir ürün alma zorunluluğu olmadan sadece 30 TL ‘lik çok küçük bir yatırımla hemen işe başlayabilirsiniz ve hemen kazanmaya başlayabilirsiniz. Size uygun görev saatini seçersiniz ve her ayın 15’inde kazançlarınız banka hesabınıza ödenir. Örnek prim ödeme tablosuna burada görünen bir rakam var. Bakın, Mart ayında başlanmış 2.679 TL, sonra 4.093 olmuş, 2500 olmuş, yani bu 6 aylık süreç bir takım inişler çıkışlar hissettirebilir, fakat, önemli olan 6’ncı ayın sonunda ne olmuş, hiçbir zaman düşmeden hep yukarı doğru gitmiş bu gerçek bir rakamdır, dekontlarla sabittir ve bu prim tablosundaki kişi şu an 5000 TL’nin üzerindeki rakamları da almaktadır. Evet, bir başka kısmı Çağlar Network’ün kazanç panelindeki kısımlar bunlar arkadaşlar, bakın normalde 1.370 Lira kazanmış bir arkadaşımız eğer kendine ait bir işyeri yoksa, fatura kesemiyorsa devlete stopaj olarak 274 TL firma tarafından ödeniyor ve 1.096 TL alıyor. Yani, tamamen yasal bir iş. Ama bu arkadaşımızın bir de kendine ait bir işyeri varsa, gördüğünüz gibi % 18 ‘ lik KDV tutarını da firma ona ödüyor ve 1.096 TL yerine 1.617 TL alıyor. Bu rakamlar her ayın onbeşinde (…). Evet, arkadaşlar şu an ekranda gördüğünüz slayt sol üst köşedeki gömlekli olan ben Success Grup proje yöneticisi Metin NİTİM, Yunus ÇAĞLAR’la ilk görüşmemiz, bu işin temellerini attığımız günün resmi. Sonrasında ilk ödül toplantısında aldığımız dekontu görüyorsunuz,banka çek, sembol çekini görüyorsunuz, bu rakam net olarak ödendi ve bir sonraki toplantıda ise Türkiye birincisi olarak lanse edilmiştik. Gördüğünüz gibi 12.762 TL’lik bir rakam. Bu rakamlar gerçek arkadaşlar, ödenen rakamlar. Bu rakamlar Success Grup Görev Marketing Paneli’nin net bir ispatı. Sizlerin de bu rakamlara ulaşması çok zor değil, çünkü; ulaşan şu an, gerçekten iyi kazanmaya başlayan birçok arkadaşımız var, onlarla tanışacaksınız. Bir bakışta neler oluyor burada, bi’devam edelim, bakalım, neler oluyor. Çifte kazanç imkanı; şöyle bi’özetlemek istiyorum herşeyi. Çifte kazanç nedir? Birincisi, Success Grup’tan yönetim panellerinizdeki linkleri kullanarak oluşturacağımız, her ay banka hesabınıza ödenecek olan kişisel performans kazancı. Diğeri ise, Çağlar Network’ten resmi kayıt olduktan sonra başlayacak olan. Eğer isterseniz, 2’nci ayın sonundan itibaren hedefiniz doğrultusunda başlayıp düzenli olarak artacak ve 1500 - 5000 TL aralığında ve daha yukarı hedeflenen, göreviniz doğrultusunda oluşacak olan grup kazancıdır, biz bunu öneriyoruz. Görevleri hatırlatalım mı, neydi bu görevler; canlı mikrofon tarzı görevler, online destek tarzı görevler, raporlama tarzı görevler, reklam tarzı görevler ve Web Yönetim tarzı görevler, yani, herkese, her mesleğe herkesin yapabileceği oldukça fazla görevler. Evet, onlar başardı, gördüğünüz gibi çok kısa bir sürede ev hanımları müdür oldu, öğrenciler iş sahibi oldu, çok üst kariyerdeki insanlar daha da kariyerli hale geldi. Birçok arkadaş ta normal işini bırakıp, bu işte devam ediyor. İspatı şu an odada bulunan arkadaşlarımız ve sizler görevinizi aldığınızda size yardımcı olacak arkadaşlarımızdır. Emin olun, siz de başaracaksınız. Hepinize şimdiden hayırlı olsun diyorum, sorularınızı sormanızı rica ediyorum.”***ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hülya BİÇER isimli şahsa ait olup, içerisinde yer alan online toplantı odalarında grup yöneticileri ve moderatör adı verilen bazı üyelerin, sistemin ve ürünlerin tanıtımını yaparak toplantıya katılan kişilerin mezkur firmanın ürünlerini satın alarak üye olmaları konusunda telkinde bulundukları ve bunu yaparken ürün satışından çok para kazandırma vaatlerinin ön plana çıkartıldığı [www.yeninesilkazanc.com](http://www.yeninesilkazanc.com) adresli internet sitesinin 06.02.2013 ve 12.02.2013 tarihli görünümlerinde yayınlanan tanıtımlarda, **“*Yasal network marketing firmalarından ürün satmaya gerek kalmadan, sürekli üye bulmaya gerek kalmadan, yeteneğinize göre belirleyeceğiniz görevlerimizde günde 2 saat çalışarak çok ciddi gelirler kazanmanızı sağlayan dünyada ilk defa tarafımızdan uygulanan bir modeldir.” , “Görev Marketing modelinde hiç bir ürün alma zorunluluğu olmadan sadece 30 TL lik küçük bir yatırımla hemen işe başlayabilir ve yaptığınız yatırım karşısında size yapılacak reklam desteği ile hemen kazanmaya başlayabilirsiniz,”*** ifadelerine yer verildiği, ancak “Success İş Projeleri – Görev Marketing Modeli” sloganı ile Çağlar Sağlık Güzellik ve Ev Aletleri Pazarlama İthalat ve İhracat A.Ş. gibi üye olunan network marketing firmalarına yeni üyeler kazandırılmasına yönelik olarak yayınlanan söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan işin, gerçekte üye olunan bir firmaya ait ürünlerin pazarlanması işi olduğu ve sistemden gelir elde edebilmek için kesinlikle ürün satışı yapmak ve üye bulmak gerektiği, dolayısıyla söz konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı;

İnceleme konusu internet sitesinde “İş İmkanı ve Görev Marketing” sloganıyla sunulan videoda; **“*…yeteneğinize göre belirleyeceğiniz görevlerimizde günde 2 saat çalışarak çok ciddi gelirler kazanmanızı sağlayan dünyada ilk defa tarafımızdan uygulanan bir modeldir. Evet, nasıl görevler, görevlere örnek verecek olursak; online dokümanların günde 2 saat raporlanması, online destek hizmetlerinde çalışılması, facebook sayfalarında yöneticilik görevleri yapılması, paylaşım platformlarında 2 saatlik reklam görevi yapılması, web bilgisi olanlar için teknik bazlı görevler, şu anda odamızda sizi karşılayan arkadaşlarımızın benzeri canlı mikrofon görevlerinde çalışılması, eğitim dokümanları hazırlanması ya da eğitim odalarımızda eğitim videoları oynatılması.*”** şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak internette yalnızca iki saat zaman geçirme, online dokümanların hazırlanması gibi faaliyetlerden dolayı bu görevlerde bulunan kişilere yapıldığı iddia edilen ödemelere ilişkin herhangi bir fatura ya da benzeri bir kanıtın tarafımıza sunulamaması sebebiyle yukarıda tanımlanan söz konusu faaliyetlerin kendi başına gelir getirmediği, hiçbir kişi veya kuruluşun, bu faaliyetlerle iştigal edilmesinden dolayı ne sistemin kurucularına ne de bu sisteme katılanlara para ödemesi yapmadığı hususunun anlaşıldığı, dolayısıyla söz konusu videoda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı;

Diğer taraftan söz konusu videoda, **“*Evet, bir başka kısmı Çağlar Network’ün kazanç panelindeki kısımlar bunlar arkadaşlar, bakın normalde 1.370 Lira kazanmış bir arkadaşımız eğer kendine ait bir işyeri yoksa, fatura kesemiyorsa devlete stopaj olarak 274 TL firma tarafından ödeniyor ve 1.096 TL alıyor. Yani, tamamen yasal bir iş. Ama bu arkadaşımızın bir de kendine ait bir işyeri varsa, gördüğünüz gibi % 18’lik KDV tutarını da firma ona ödüyor ve 1.096 TL yerine 1.617 TL alıyor.*”** şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak vergilendirme açısından değerlendirildiğinde, kendine ait işyeri olan bir kişinin de Çağlar Network’ten aldığı komisyonu kendisinin beyan edip bu kazancın vergisini ödemek durumunda kalacağı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımlarda iddia edildiği gibi kendine ait işyeri bulunan kişinin daha fazla kazanacağının ima edilmesinin de gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla inceleme konusu reklam ve 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 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 **Hülya BİÇER** 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.

**99)**

**Dosya No: 2014/1866**

**Şikâyet Edilen: Sidney Telekomünikasyon Dış. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.zayiflamaayakkabisi.net](http://www.zayiflamaayakkabisi.net) adresli internet sitesinin 25.02.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu, [www.zayiflamaayakkabisi.net](http://www.zayiflamaayakkabisi.net) adresli internet sitesinin 25.02.2015 tarihli görünümünde; *“Sadece yürüyerek koşmuş gibi zayıflayın. Zayıflama Ayakkabısı dizaynı vücut ağırlık kütlenizin ayak tabanı orta bölümüne verilmesini sağlar. Bu bölüm kalori yakımının hızlı biçimde gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Siz hareket ettikçe özel taban dizaynı ile üretilen Zayıflama Ayakkabısı kalori yakımını gerçekleştirir…”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu, [www.zayiflamaayakkabisi.net](http://www.zayiflamaayakkabisi.net) adresli internet sitesinin 25.02.2015 tarihli görünümünde; *“Sadece yürüyerek koşmuş gibi zayıflayın. Zayıflama Ayakkabısı dizaynı vücut ağırlık kütlenizin ayak tabanı orta bölümüne verilmesini sağlar. Bu bölüm kalori yakımının hızlı biçimde gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Siz hareket ettikçe özel taban dizaynı ile üretilen Zayıflama Ayakkabısı kalori yakımını gerçekleştirir…”*  şeklinde sağlık beyanlarına yer verildiği; böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünleri kullanarak tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5. ve 7. maddelerine,

**-** Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5. maddesine,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**100)**

**Dosya No: 2015/163**

**Şikayet Edilen:** **Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ykm.com.tr](http://www.ykm.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“200 TL alışverişe 50 TL hediye çeki”***başlıklı kampanya

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2014-31.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından gönderilen kampanya duyurusunda anılan detaya yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu detay olarak adlandırılan hususun kampanya görselinde yer aldığı anlaşılmış olup; bu durumun 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2015/280**

**Şikayet Edilen:** **Universal 21 Proje ve Gayrimenkul Yat. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://tr.universal21.com/satilik/> adresli internet sitesinde ***“Türkbükü Residence”*** isimli projeye ilişkin olarak yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde teslimat tarihine ilişkin herhangi bir bilgiye rastlanmamıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu açıklamalar doğrultusunda şikayet sahibi tüketicinin yanıltılmasına sebep olunacak bilgilerin anılan firmanın internet sitesinde yer almadığı ve söz konusu firma ile bir hukuki ilişkisinin bulunmadığı anlaşılmış olup; bu durumun 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2015/116**

**Şikayet Edilen:** **Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.ciceksepeti.com/> adresli internet sitesinde yer alan ifadeler ve görseller.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin 02.02.2015 tarihli görünümünde; *“Çiçek gibi sevdiklerinizi mutlu etmek için CicekSepeti.com'dan online çiçek siparişi verin. Sevgiliye çiçek, arkadaşa çiçek, anneye çiçek ve birbirinden güzel çeşitli çiçek aranjmanları ile doğum günü, yıldönümü gibi özel günlerde* ***en güzel çiçek, ÇiçekSepeti ile gönderilir****.* ***En güzel çiçekler, en uygun fiyatlar ve en hızlı çiçek gönderimi Ciceksepeti.com'da!...Çiçek Sepeti…Lider çiçekçi****”* şeklinde ifadelere,

Diğer yandan “*Ürünlerimize ait* ***tüm detaylar*** *ürün açıklamalarında belirtilmektedir.”* şeklinde ifadelere,

“Destek” bölümünde; *“Fotoğraftaki ürünlerin aynısı mı gönderiliyor?...Fotoğrafta gösterilen ürünler, şubelerimiz tarafından özenle hazırlanarak teslim edilir.”* şeklinde ifadelere,

Bir diğer yandan yine anılan internet sitesinin “Destek” bölümünde; “*İstediğim ürün stoklarda yoksa nasıl bir yol izlenir?...Ürünün stokta kalmaması durumunda göndericiye bilgi verilip onayı alınarak bir başka ürün ile değişimi sağlanır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanın açıklamaları ve hukuki delillerle ispatları göz önüne alınmış olup; söz konusu ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2015/283**

**Şikayet Edilen:** **Akdeniz İnşaat ve Eğitim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Televizyon reklamlarında ve muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda yer alan ***“Destek öyle olmaz böyle olur!”*** ifadesi.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Sinema, Gazete, Dergi ve Açıkhava

**Tespitler:** Söz konusu şikayete konu reklamlarda; *“Değerli vatandaşlar; çok yakın bir dönemde Devletimiz müjdeli bir haber açıkladı. Konut sahibi olmak isteyenler için ev alırken ödemeleri gereken %25 peşinatın %15’ini Devlet karşılayacak. Bu miktarı 5 yıl sonra vatandaşına hibe edecek. Bende Ali AĞAOĞLU olarak diyorum ki her şeyi Devletten beklemek olmaz. Banka faizinin %35’ini peşin peşin ben ödüyorum. Faizi 60 ay için %0,47’ye, 120 ay için %0,57’ye indiriyorum. Evinizi de %1 peşinatla hemen teslim ediyorum. Destek öyle olmaz böyle olur!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Devletin vatandaşlara sağladığı hizmetin aşağılandığına ilişkin herhangi bir bulguya rastlanmamış olup; söz konusu ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2014/1727**

**Şikayet Edilen:** **Saat ve Saat Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.saatvesaat.com.tr](http://www.saatvesaat.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “Versace” marka saat görsellerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:**16.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.saatvesaat.com.tr](http://www.saatvesaat.com.tr) adresli internet sitesinde yer verilen saat görsellerinden ürünlerin taklit/sahte olduğuna dair bir bulguya rastlanmamış ayrıca firmadan orijinal ürün sattıklarına dair ispatlayıcı belge talep edilmiş ve firma tarafından distribütörlük belgesi gönderilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanın Versace marka saatlerin resmi Türkiye distribütörü olduğu dolayısıyla [www.saatvesaat.com.tr](http://www.saatvesaat.com.tr) adresli internet sitesinde yer verilen Versace ürünleri satmaya yetkili olduğu böylece anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2014/1588**

**Şikayet Edilen:** **Siyah Kalem Mühendislik İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“****Köy****”* isimli konut projesine ilişkin yayınlanan televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım-Aralık 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Söz konusu televizyon reklamlarında; “*“3,5 km koşu parkuru, doğanın içinde spor alanları. Yemyeşil doğası, tertemiz havasıyla Köy Şehrin Doğası. Emlak Konut güvencesiyle bir Siyah Kalem projesi.” “Çarşıköy 1500 metrekare alışveriş ve sosyal yaşam. Köprülere yakınlığı ile Köy Şehrin Doğası. Emlak Konut güvencesiyle bir Siyah Kalem projesi.” “Özlediğiniz komşuluk ilişkileri. Leed Neighborhood Certificate. Komşuluk ilişkilerinin yeniden yeşerdiği yaşam tarzıyla Köy Şehrin Doğası. Emlak Konut güvencesiyle bir Siyah Kalem projesi.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Köy isimli konut projesine ilişkin televizyon reklamlarında; projeye ilişkin yapı ruhsatı alınmasının ardından reklam kampanyası başlatıldığı dolayısıyla satış ve reklam için yapı ruhsatının alınmasının yeterli olduğu, dolayısıyla televizyon reklamlarında yer verilen görseller plana uygun olduğu için herhangi bir aykırılık bulunmadığı, ayrıca projeye ilişkin imar planında 118 dönümlük park alanına yer verildiği bunun içerisinde reklamlarda yer verilen koşu parkurunun da olacağı, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı bir durumun bulunmadığı, Danıştay tarafından verilen 08.07.2014 tarihli yürütmeyi durdurma kararının eski imar planları için geçerli olduğu fakat dava devam ederken firma tarafından yeni imar planları yapıldığı ve bunun üzerinden yapı ruhsatı aldığı için kararın yeni imar planına yönelik olmadığı, dolayısıyla yürütmeyi durdurma kararının uygulanabilirliğinin olmadığı, halihazırda uygulanan imar planı ve yapı ruhsatı açısından tanıtımlarda bir aykırılık bulunmadığı, böylece anılan tanıtımların 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesine **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2015/258**

**Şikayet Edilen:** **Havana Doğal Ürünler Tekstil Kozmetik Elektronik Med. İletişim Paz. San Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.marcamarca.com.tr](http://www.marcamarca.com.tr) adresli internet sitesinin **"teslimat ve iade"** bölümünde yer alan ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.02.2015-23.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin "teslimat ve iade" bölümünün 18.02.2015 tarihli görünümünde; *“…İade ürün bedelleriniz, ürünler depoya ulaştığı andan itibaren ürünün iade şartlarına uygunluğu kontrol edildikten sonra 10 iş günü içerisinde iade edilir. Bankanıza bağlı olarak, iadenizi kredi kartınızda görmeniz, iadeyi izleyen 10 iş gününü bulabilmektedir. iade bildirimi sipariş vermiş olduğunuz ürünlerin size ulaşmasından sonraki 14 gün içerisinde, iade etmek istediğiniz ürünleri, 0212 412 20 20 numaralı hattımızı arayarak müşteri temsilcilerimize bildiriniz…”* şeklinde ifadelere,

Bununla beraber “iade ve iptal” bölümünün 23.02.2015 tarihli görünümünde; *“…İptal Edilecek Ürün Adedini belirterek iptal@marcamarca.com.tr e-posta adresine size ulaşabileceğimiz güncel telefon numarası ile birlikte iletiniz…iptal@marcamarca.com.tr adresinden yalnızca sipariş saati itibari ile 24 içerisinde bildirebileceğiniz iptal işlemleriniz gerçekleşecektir…Tarafınıza ulaşmış olan siparişlerin iade bildirimleri için müşteri hizmetleri hattımızı ya da destek@marcamarca.com.tr mail adresimizi kullanmanız gerekmektedir…ürün iade talebinizin işleme alınabilmesi için ürünün kargodan teslim alınma tarihinden itibaren 7 gün içerisinde; kullanılmamış olarak orijinal ambalajında ve hasarsız tarafımıza ulaşmış olması gerekmektedir…Kampanya süresi içinde vereceğiniz iptal talepleriniz kampanya sonunda işleme alınır, kampanya sonrasında ise iptal talepleriniz ancak ürün sevkiyatları başlamamış ise dikkate alınabilir. Kampanya sevkiyatları başlamış ise para iadenizin yapılabilmesi için iade süreçlerini izlemeniz gerekecektir. İptal taleplerinize ilişkin kredi kartınıza yapılacak iptali, bankanıza bağlı olarak, iptal işlemleriniz marcamarca tarafından gerçekleştirildikten sonraki 10 iş günü içinde kredi kartınızda görebilirsiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesind 14 günlük cayma hakkına yer verildiği, ve fakat teknik bir hatadan dolayı 14 günle birlikte 7 gün ifadesine de yer verildiği, bununla beraber tüketicinin mağduriyetini giderme gayretleri göz önüne alınmış olup; hali hazırda anılan durumun 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a **aykırı olmadığına** karar verilmiştir.