**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  14 Temmuz 2015

**Toplantı Sayısı :** 238

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/12**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Vodafone Süpernet Telefonsuz ADSL”*** başlıklı reklamlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** TV, Gazete, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda, ***“Evde internet yok mu? Yok. Ev telefonu bağlat dediler kalsın ya dedim. Bir evde nasıl internet olmaz ya. Ne şaşırıyorsun be yiğidim, aslanım internet dediğin şey ne yav. Noluyor yav, gel uzaklara gidelim, ata binelim, kılıç kuşanalım. (…) Bu devirde internet olmayan ev taaa bu devirde gözükür. Vodafone Süpernet telefonsuz ADSL eve geliyor. Evler çağı yakalıyor. Vodafone’a gelin ekstra hiçbir ücret olmadan ayda sadece 49.90 a limitsiz internet evinize gelsin. Yeni yılda eve internet bağlatmak işte bu kadar kolay.”*** ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, ***“Evde internet yok mu? Yok. Ev telefonu bağlat dediler kalsın ya dedim. Bir evde nasıl internet olmaz ya. Ne şaşırıyorsun be yiğidim, aslanım internet dediğin şey ne yav. Noluyor yav, gel uzaklara gidelim, ata binelim, kılıç kuşanalım. (…) Bu devirde internet olmayan ev taaa bu devirde gözükür. Vodafone Süpernet telefonsuz ADSL eve geliyor. Evler çağı yakalıyor. Vodafone’a gelin ekstra hiçbir ücret olmadan ayda sadece 49.90 a limitsiz internet evinize gelsin. Yeni yılda eve internet bağlatmak işte bu kadar kolay.”*** ifadelerine yer verilerek tüketiciler nezdinde internet hizmeti sunan firmaların internet hizmeti verebilmeleri için ev telefonu bağlantısının zorunlu olduğu algısının oluşturulduğu, ancak 03.12.2010 tarihinden itibaren internet hizmeti almak isteyen tüketicilere yalın DSL hizmetinin sunulduğu, tüketicilerin ev telefonu ve internet hizmetini birlikte almalarının zorunlu olmadığı, bu nedenlerle anılan reklamların gerçeği yansıtmadığı,

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

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2015/385**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Büyük Fırsat Paketi”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda;***“Şuna bakın at desen at değil, zebra desen zebra değil, ceylan desen hiç değil. Çünkü o bir okapi. Dünyanın en nadir hayvanlarından biri. Ama ondan bile yüzlerce var. Oysa Avea büyük fırsat paketinin eşi benzeri yok. Avea büyük fırsat paketinde her yöne 500 dakika, 1000 SMS ve 1 GB internet 17 TL. Ee Avea’lılar bilir benzersiz teklifler Avea’dan gelir.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Büyük Fırsat Paketi”*** başlıklı reklamlarda tüketiciler açısından avantajlı fiyat tarifesi ile bilgilendirme yapıldığı, Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığı dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2015/448**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Enlerin telefonu Sony Xperia Z3 Avea’da”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.avea.com.tr adresli internet sitesinin 31.03.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Enlerin telefonu Sony Xperia Z3 Avea’da!”*** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; *“Öne çıkan özellikler: 2 gün süren pil ömrü, düşük ışıkta en iyi fotoğraflar, suya ve toza en yüksek dayanıklılık derecesi (IP65/68)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı kanaatine varılarak anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2015/852**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Eski Akıllı Telefonunu Getir, Yenisini Götür”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, internet

**Tespitler:** 2015 yılı içerisinde muhtelif mecralarda yayınlanan reklamların altyazısında ana vaat olarak;***“Red Large, Red Medium ve Red Small tarifelerinde 31 Mayıs’a kadar geçerlidir”*** ifadelerine ve Vodafone Müşteri Hizmetleri tarafından musterihizmetleri@vodafone.com aracılığıyla tüketiciye 02.05.2015 tarihinde gönderilen elektronik postada tanıtımı yapılan kampanyanın 30.04.2015 tarihinde sona erdiği bilgisine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu kampanya ile ilgili olarak 01.04.2015-31.05.2015 tarihleri arasında kampanyadan Nisan 2015 döneminde 1248, Mayıs 2015 döneminde ise 1570 tüketicinin faydalandığı dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı kanaatine varılarak anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**5)**

**Dosya No: 2014/1816**

**Şikayet Edilen: Kimyagerler Derneği**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Etkin Kimyager”*** isimli derginin 2012 yılının Aralık ayı sayısında yayınlanan ve <http://issuu.com/tasdergisi/docs/etkin> adresli internet sitesinde yer alan ***“Yüzü Yanan Kimyager Yara İzlerini Silen Formül Geliştirdi”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2012-10/12/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [***http://issuu.com/tasdergisi/docs/etkin***](http://issuu.com/tasdergisi/docs/etkin)adresli internet sitesinde “Gündüz Krem” isimli yönelik açık reklam bulunmadığı, söz konusu internet adresinde Kimyagerler Derneği tarafından yayınlanan “Etkin Kimyager” isimli dergide yer alan ***“Yüzü Yanan Kimyager Yara İzlerini Silen Formül Geliştirdi”*** başlıklı yazıda Zeki Gündüz isimli kimyager tarafından geliştiren cilt kreminden bahsedildiği ve bu nedenle başvurunun örtülü reklam açısından değerlendirilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kimyagerler Derneği’ne ait Etkin Kimyager isimli derginin Aralık/2012 sayısında yer alan *“Yüzü Yanan Kimyager Yara İzlerini Silen Formül Geliştirdi”* başlıklı yazıda Kimyager Zeki Gündüz’ün yüzü yandıktan sonra geliştirdiği cilt kremine ilişkin olarak kişisel öyküsünün anlatılmış olmasının ve söz konusu ürünün marka ismine yer verilmemesinin, diğer taraftan yazının yer aldığı mecranın dernek statüsünde bir kuruluş tarafından ticari kaygı güdülmeyen ve yalnızca üyelere internet üzerinden ücretsiz olarak gönderilen dergide yayınlanmasının söz konusu yazıda Reklam Mevzuatında tanımlanan örtülü reklam unsurlarının oluşmadığı kanaatini uyandırmış olması nedeniyle, söz konusu yazının 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2014/1817**

**Şikayet Edilen: İntervizyon Elektronik Yayıncılık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.habervitrini.com](http://www.habervitrini.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Yanık, Yara ve Çil Tedavisinde Mucize Buluş”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 10/12/2014-26/02/2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.habervitrini.com](http://www.habervitrini.com)adresli internet sitesinde “Gündüz Krem” isimli yönelik açık reklam bulunmadığı, söz konusu internet adresinde yer alan ***“Yanık, Yara ve Çil Tedavisinde Mucize Buluş”*** başlıklı yazıda Zeki Gündüz isimli kimyager tarafından geliştiren cilt kreminden bahsedildiği ve bu nedenle başvurunun örtülü reklam açısından değerlendirilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** : [www.habervitrini.com](http://www.habervitrini.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Yanık, Yara ve Çil Tedavisinde Mucize Buluş”*** başlıklı yazıda Kimyager Zeki Gündüz’ün yüzü yandıktan sonra geliştirdiği cilt kremine ilişkin olarak kişisel öyküsünün anlatılmış olmasının ve söz konusu ürünün marka ismine yer verilmemesinin söz konusu yazıda Reklam Mevzuatında tanımlanan örtülü reklam unsurlarının oluşmadığı kanaatini uyandırmış olması nedeniyle, söz konusu yazının 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2014/1818**

**Şikayet Edilen: Turkuvaz Radyo Televizyon Haberleşme ve Yayıncılık A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.aktuel.com.tr](http://www.aktuel.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Yüzü yandı, formülü buldu”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 10/12/2014-26/02/2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.aktuel.com.tr](http://www.aktuel.com.tr) adresli internet sitesinde “Gündüz Krem” isimli yönelik açık reklam bulunmadığı, söz konusu internet adresinde yer alan ***“Yüzü yandı, formülü buldu”*** başlıklı yazıda Zeki Gündüz isimli kimyager tarafından geliştiren cilt kreminden bahsedildiği ve bu nedenle başvurunun örtülü reklam açısından değerlendirilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.aktuel.com.tr](http://www.aktuel.com.tr)adresli internet sitesinde yer alan ***“Yüzü yandı, formülü buldu”*** başlıklı yazıda Kimyager Zeki Gündüz’ün yüzü yandıktan sonra geliştirdiği cilt kremine ilişkin olarak kişisel öyküsünün anlatılmış olduğu ve söz konusu yazıda Reklam Mevzuatında tanımlanan örtülü reklam unsurlarının oluşmadığının anlaşılmış olması nedeniyle, söz konusu yazının 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**8)**

**Dosya No: 2014/1454**

**Şikayet Edilen: Procter&Gamble Tüketim Malları San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Ariel Büyük Temizlik Testi”*** sloganlı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon ve muhtelif dış mecralar

**Tespitler: *“Ariel”*** markalı toz deterjanlara ilişkin olarak **18.09.2014** tarihinde “Kanal 7” logolu televizyon kanalında yayınlanan televizyon reklamında; *“Ariel Büyük Temizlik Testi… Kumaşın yarısını kaliteli deterjanla, diğer yarısını ise yeni Ariel ile yıkadık. (Ekran görselinde moziklenen rakip deterjana ait ambalajın mavi üzeri kırmızı yazılı olduğu seçilmektedir.) Bağımsız Enstitü Sonuçlarına Göre…Altyazı:* ***Pamuklu kumaşta 40 °C’de temsili lekelerle test edilmiştir****. Detaylar için www.ariel.com.tr...Yeni!* ***Tek yıkamada leke çıkarmada en iyisi****”* ifadelerinin,

Söz konusu ürüne ilişkin muhtelif dış mecralarda yer alan ilanlarda ***“Ariel Tek Yıkamayla Leke Çıkarmada En İyisi”*** sloganının ve altyazıda *“Leke illüstrasyonu meyve suyu ve 40°C de koton kumaş üzerindedir, önerilen doz orta sertlikte su ve normal seviyede lekelenmiş çamaşırlar içindir.”* açıklamasının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Ariel”*** markalı toz deterjanlara ilişkin olarak **18.09.2014** tarihinde “Kanal 7” logolu televizyon kanalında yayınlanan televizyon reklamında; *“Ariel Büyük Temizlik Testi… Kumaşın yarısını kaliteli deterjanla, diğer yarısını ise yeni Ariel ile yıkadık. (Ekran görselinde moziklenen rakip deterjana ait ambalajın mavi üzeri kırmızı yazılı olduğu seçilmektedir.) Bağımsız Enstitü Sonuçlarına Göre…Altyazı:* ***Pamuklu kumaşta 40 °C’de temsili lekelerle test edilmiştir****. Detaylar için www.ariel.com.tr...Yeni!* ***Tek yıkamada leke çıkarmada en iyisi****”* ifadelerinin,

Söz konusu ürüne ilişkin muhtelif dış mecralarda yer alan ilanlarda ***“Ariel Tek Yıkamayla Leke Çıkarmada En İyisi”*** sloganının ve altyazıda *“Leke illüstrasyonu meyve suyu ve 40°C de koton kumaş üzerindedir, önerilen doz orta sertlikte su ve normal seviyede lekelenmiş çamaşırlar içindir.”* açıklamasının yer aldığı,

Bahis geçen televizyon reklamları ile muhtelif dış mecralardaki ilanlarda yer alan **“…*Kumaşın yarısını kaliteli deterjanla, diğer yarısını ise yeni Ariel ile yıkadık.******Tek yıkamada leke çıkarmada en iyisi***” iddiasının ispatına ilişkin olarak sunulan akredite laboratuvar raporunda firmanıza ait Ariel markalı çamaşır deterjanlarından *“Ariel Dağ Esintisi”* isimli ürün ile piyasadaki diğer muadil toz deterjanlara ilişkin karşılaştırmalı testlerin yapılmış olduğu, **buna göre *“Tek yıkamada leke çıkarmada en iyisi”* iddiası firmanıza ait *“Ariel Dağ Esintisi”* isimli ürün için bilimsel dayanak bulmasına rağmen söz konusu reklam ve ilanlarda bu hususa yer verilmeyerek tüketicilerde söz konusu üstünlük iddiasının firmanıza ait *“Ariel”* markalı çamaşır deterjanlarının tümü için geçerli olduğu izlenimi uyandırılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,**

Diğer taraftan yukarıda yer verilen tarihte yayınlanan televizyon reklamları ile 24.10.2014 tarihinde Power Türk TV ve 01.11.2014 tarihinde Kanal D logolu televizyon kanallarında yayınlanan revize edilmiş televizyon reklamlarında; “Ariel” markalı deterjan ile yıkanan çarşaf ile piyasadaki “diğer kaliteli deterjan” ile yıkanan çarşafın yan yana asılı görüntülerinin yer aldığı, “Ariel” ile yıkanan çarşafın tamamen kirlerden arınmış ve bembeyaz olduğunun, buna karşılık “diğer kaliteli deterjan” ile yıkanan çarşaf üzerinde lekelerin bulunduğu ve kirlerin çıkmamış olduğunun görüldüğü, ancak söz konusu reklamda yer alan ***“Tek yıkamada leke çıkarmada en iyi”*** iddiasına ilişkin olarak sunulan rapor sonuçlarına göre, “Ariel” markalı deterjanın diğer deterjanlara göre nispeten daha iyi performans gösterdiği kanıtlanmış olsa dahi diğer kaliteli deterjanların da test edilen leke türlerine göre değişmekle beraber leke çıkarmada reklamı yapılan ürüne yakın performans gösterdiğinin anlaşıldığı, bu durumda **söz konusu televizyon reklamlarında yer alan görüntüler ile piyasadaki diğer kaliteli ürünlerin leke çıkarmada hiçbir etkisi olmadığı yönünde izlenim uyandırılmasının haksız rekabet yaratıcı ve aynı zamanda tüketicileri yanıltıcı olduğu,**

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/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 7/g ve 11 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**9)**

**Dosya No: 2014/1868**

**Şikayet Edilen: Provel Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Parex Happy&Clean”*** markalı temizlik süngerine ilişkin ürün ambalajı üzerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı

**Tespitler:** “Parex Happy&Clean” markalı ürün ambalajı üzerinde ***“Ağırlığının 20 katına kadar suyu emer”, “Selülozik Sünger Nedir? Ne Yapar? Süper emici gözenekleri sayesinde ağırlığının 20 katı kadar suyu emer, kolay temizlik sağlar. (…) Hızlı kurur, bakteri oluşumunu engeller; hijyeniktir.”, “Güçlü mü Güçlü Keçe! İnatçı ve zor kirleri özel geliştirilmiş uzun ömürlü fiber dokusu ile hızlıca yok eder.” ve “Happy&Clean”’in süper emici selülozik tarafı ve güçlü keçesi bulaşıklarınızı kolayca temizler, sıradan süngerlere göre uzun süreli etkin temizlik sağlar.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Parex Happy&Clean”** markalı ürün ambalajı üzerinde ***“Ağırlığının 20 katına kadar suyu emer”, “Selülozik Sünger Nedir? Ne Yapar? Süper emici gözenekleri sayesinde ağırlığının 20 katı kadar suyu emer, kolay temizlik sağlar. (…) Hızlı kurur, bakteri oluşumunu engeller; hijyeniktir.”, “Güçlü mü Güçlü Keçe! İnatçı ve zor kirleri özel geliştirilmiş uzun ömürlü fiber dokusu ile hızlıca yok eder.”*** ve ***“Happy&Clean”’in süper emici selülozik tarafı ve güçlü keçesi bulaşıklarınızı kolayca temizler, sıradan süngerlere göre uzun süreli etkin temizlik sağlar.”*** ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu ürün ambalajı üzerinde ***“bakteri oluşumunu engeller.”*** ifadesi ile ürünün biyosidal etki gösterdiği iddiasında bulunulmasına rağmen ürünün Biyosidal Ürünler Yönetmeliği gereğince alınması zorunlu **biyosidal ürün ruhsatının bulunmadığı,**

Diğer taraftan ***“Ağırlığının 20 katına kadar suyu emer.”*** iddiasının ispatına yönelik olarak sunulan ve Spontex firmasına ait laboratuvarda yapılan **testlerin tanıtımı yapılan ürün üzerinde uygulandığına dair bir bilgi bulunmadığı,**  yanı sıra **söz konusu testler bağımsız ve akredite bir laboratuvarca yapılmadığı için Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 9 uncu maddesinde yer alan koşulları karşılamadığı,**

Öte yandan firma tarafından sunulan ve tanıtımı yapılan bulaşık süngerinin mukavemetine yönelik akredite kuruluş tarafından yapılan deney sonuçlarının, ürünün piyasada bulunan muadil ürünler karşısında sürtünmeye karşı daha dayanıklı olduğunu ispatladığı, buna karşılık **reklamlarda yer alan *“…sıradan süngerlere göre uzun süreli etkin temizlik sağlar.”* şeklindeki iddiayı ispatlamada yetersiz olduğu,**

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda yer alan; ***“Hızlı kurur”*** ve ***“İnatçı ve zor kirleri özel geliştirilmiş uzun ömürlü fiber dokusu ile hızlıca yok eder.”*** iddiaların ispatına yönelik olarak **bağımsız akredite laboratuvarlardan veya üniversitelerin ilgili bölümlerinden alınmış raporların sunulmamış olduğu,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu ürün ambalajında yer alan , ***“bakteri oluşumunu engeller.”, “Ağırlığının 20 katına kadar suyu emer.”, “…sıradan süngerlere göre uzun süreli etkin temizlik sağlar.”, “Hızlı kurur”*** ve ***“İnatçı ve zor kirleri özel geliştirilmiş uzun ömürlü fiber dokusu ile hızlıca yok eder.”*** şeklindeki tanıtımların,

**-** Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Provel Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret 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** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2014/958**

**Şikayet Edilen: Bekir Önder AĞIRCAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.perriconemd.gen.tr adresli internet sitesinin 15.04.2015 tarihli görünümlerinde yer alan ***“Perricone MD Cold Plasma Sub D”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“…cildin yaşlanmasının önüne geçer.”*, *“Cold Plasma Sub D : Çene hattı boyunca sarkık ve gevşemiş boynu sıkılaştırır…”* ve *“Çift çene(gıdı) görünümünü azaltmaya yardımcı olur ve boyun-çene çizgi altındaki sarkmış cildi toparlar.”*** ifadelerine,

***“Perricone MD Neuropeptide Facial Conformer”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“…cildin doğal hücresel onarım sistemini uyararak…”*** ve ***“ Ciltteki güneş hasarını onarır…”*** ifadelerine ve

***“Perricone MD Neuropeptide Eye Contour”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“…göz konturundaki kasların sıkılaşmasını sağlar…”*** ifadelerine yer verildiği

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **www.perriconemd.gen.tr** adresli internet sitesinin **15.04.2015** tarihli görünümlerinde yer alan ***“Perricone MD Cold Plasma Sub D”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…****cildin yaşlanmasının önüne geçer.”*, *“Cold Plasma Sub D : Çene hattı boyunca sarkık ve gevşemiş boynu sıkılaştırır…”*** ve ***“Çift çene(gıdı) görünümünü azaltmaya yardımcı olur ve boyun-çene çizgi altındaki sarkmış cildi toparlar.”*** ifadelerine,

***“Perricone MD Neuropeptide Facial Conformer”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“…cildin doğal hücresel onarım sistemini uyararak…”*** ve ***“ Ciltteki güneş hasarını onarır…”*** ifadelerine ve

***“Perricone MD Neuropeptide Eye Contour”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“…göz konturundaki kasların sıkılaşmasını sağlar…”*** ifadelerine yer verildiği,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve **etkileri geçici olan** ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan kozmetik ürününe ilişkin olarak yukarıda belirtilen ifadeler ile tanıtım yapılmasının **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 Yönetmeliğin 5 inci 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 inci, 7 inci, 26 ncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**11)**

**Dosya No: 2015/144**

**Şikayet Edilen: İfarma İlaç Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Rephair"*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17-24 Mart 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler:** muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Saçlarda %79 artış. Derming Laboratuvarlarında test edildi onaylandı. Rephair losyon ve şampuanla 3 ayda yeni saç teli oluşumunda %79 artış. Kısa süreliğine 1 alana 1 bedava 33 lira. Rephair tüm eczanelerde”*** ifadelerine, durağan yazı olarak, ***“Büyüme aşamasındaki saçlarda normal saç büyümesine göre %79 artış”*** ifadelerine ve alt yazıda ise; ***“İtalya Derming Laboratuvarlarında, büyüme aşamasındaki saçlarda, plaseboya karşı yapılan klinik çalışma sonucudur”*** ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, Tümer METİN’in rol aldığı reklamlarda; ***“Büyüme aşamasındaki saçlarda %79 artış. Rephair ile boşlukları doldurun”*** ifadelerine ve [www.rephair.com.tr](http://www.rephair.com.tr) adresli internet sitesinde; *“World Consumer Academy Tüketici Memnuniyeti Ödülü-2013*

*Rephair’dan Dünya Çapında Yenilik*

*Saçlarınız tel tel dökülüyor mu?*

*Saç dökülmesinde %80 azalma*

*\*Derming Monza Laboratuvarları'nda gönüllü deneklerle gerçekleştirilen testler sonucunda Rephair serum ve losyonun birlikte kullanımı ile Rephair kullanıcılarının saç dökülmesi oranının 3. ayın sonunda ortalama %80'e kadar azaldığı görülmüştür.*

*\*\*Daha az dökülen saç-Saç kaybı aşamasında (telogen) saçta azalma*

*\*\*Daha dolgun saçlar-Saç telleri arasındaki mesafede azalma*

*\*\*Daha güçlü saç-Saç teli kopmasında azalma*

*\*\*Daha kalın saçlar-Saç teli çapında artış*

*\*\*Derming Monza (İtalya) Klinik ve Biomühendislik Enstitüsü çalışmalarından çıkan sonuçlara göre...*

*Rephair nedir?-Saç dökülmesini önlemeye yardımcı Rephair*

*Rephair, içerisinde HSOR enzimleri barındıran bir saç dökülmesi ürünüdür. Saç dökülmeleri yaşayanlar için uygulanan bakımın etkili bir parçası olan Rephair içeriğinde HSOR enzimi bulunduran patentli ilk ve tek saç bakım ürünüdür. iFarma tarafından ithal edilen ve Avrupa'da oldukça dikkat çeken saç dökülmesi ürünü Rephair'in etkinliği Derming Monza İtalya Laboratuvarları'nda 21 gönüllü üzerinde test edilerek kanıtlanmıştır. Plaseboya göre (anagen saçta) saçların yenilenmesine yardımcı olan Rephair (telogen saçta) saç dökülmelerinde azalma sağlamıştır.*

*Plaseboya göre gönüllüler üzerinde yürütülen klinik çalışmalarda Rephair'ın;*

*Büyüme aşamasında saçlarda canlanma, Saç kaybı aşamasında dökülmede azalma, Saç teli kopmasında azalma, Saç telleri arasındaki mesafede azalma, Saç teli çapında artış (daha kalın saç) sağladığı görülmüştür.*

*REPHAIR'İN FARKI*

*Saç Dökülmesini Azaltmaya Yardımcı*

*Rephair saç bakımınızın etkili bir parçası olarak içeriğinde bulundurduğu ve patentli olan HSOR enzimleri sayesinde saç dökülmesini engellemeye yardımcı bir etki göstermektedir.Sadece Rephair formülünde bulunan HSOR yaşadığınız saç dökülmesini engellemeye yardımcı olmanın yanı sıra saçlarınızın daha sağlıklı ve güçlü olmasında katkıda bulunmaktadır.*

*Saçınıza Canlılık Kazandırmak İster misiniz?*

*Rephair, içerisinde barındırdığı güçlü bileşenler sayesinde saçlarınızı beslemeye de yardım eden bir üründür. Saçlarınız anagen dönemde yani büyüme aşamasında gelişim açısından en elverişli dönemdedir. Rephair etkili içeriği saçlara vitamin, mineral ve aminoasitleri taşıyarak saçlarınıza canlılık kazandırmaya destek olur. Özellikle Capigen, Saw Palmetto ve güçlü aminoasitler saç diplerinizin gelişimi için önemli içeriklerdir. Bu önemli içeriği sayesinde saç gelişiminiz ve saç sağlığınız için oldukça etkili bir yardımcı olan Rephair bu etken özelliklerini 21 gönüllü üzerinde yaptığı klinik testlerle Derming İtalya Laboratuvarlarında ortaya koymuştur. Bu bakımdan güvenilir bir destek olarak adlandırılabilir. Saç dökülmesini önlemeye yardım ederken bir yandan da saçları besleyen ve çalıştıran Rephair’ın herhangi sistemik bir yan etkiye neden olmadığı klinik çalışmalar sonucunda görülmüştür.*

*HSOR Enzimi Nedir? HSOR Enziminin Saça Etkisi*

*Saçlarınıza iyi bakmak için saçlarınızdan iyi anlayan bir ürün kullanmalısınız. Daha önce kullandığınız kozmetik ürünlerden oldukça farklı olan Rephair, diğer yöntemler gibi yorucu bir uygulama değildir. Yapılan testler sonucunda içerisinde bulundurduğu HSOR enzimlerinin saç bakımında etkili bir yardımcı olduğu görülmüştür.*

*Saç Dökülmesine Karşı HSOR Enzimi*

*Erkeklerin en sık karşılaştığı problem olan ancak bazı özel durumlarda kadınlarında karşılaşabildiği problem olan erkek tipi saç dökülmesi, kafanın üst ve yan taraflarında oluşan açıklıklardır. Saç çizgisi dediğimiz saçların kökleri ve alın bölgesinin birleştiği bölgenin geriye doğru çekilmesi ile başlayan bir dökülme çeşididir. Büyük ölçüde kalıtımsal özelliklere bağlı olan erkek tipi saç dökülmelerinin kendini hissettirmeye başladığı bir diğer nokta ise şakak bölgesidir. Şakak bölgesinden açılmaya başlayan saçlar zaman içerisinde önlem alınmaz ise eğer nal şeklini alır ve kafada bu şekilde bir açıklık meydana getirir.(…)*

*Saç Dökülmesine Karşı Rephair*

*Saç dökülmesi sorunu herkes için önemli bir problemdir. Saçların zaman içerisinde iyi bir biçimde beslenememesinden kaynaklanan saç dökülmesi sorunu zaman geçtikçe etkisini artırarak saçların kaybedilmesine neden olmaktadır. Rephair içeriğinde bulundurduğu ve patentli olan etken maddesi HSOR enzimleri sayesinde saç dökülmesini durdurmaya yardımcı olur ve aynı zamanda büyüme aşamasında saçlarda optimum etki görmenize yardımcı olur. Cilt tarafından emilen ve saç köklerine derinlemesine işleyen Rephair, deride yağlı tabaka oluşturmayacağı gibi saçlarınız için gerekli vitamin ve minerallerin taşındamasında da etkilidir. Kokusu oldukça hafif olan ve doğal bir yapıda olan yenilikçi Rephair, saçlarınızda dolgunluk sağlar. Sağlıklı saçların gelişimini teşvik eden Rephair, saç döngüsündeki evrelerde etkilidir. Saçın anagen dönemi saçın gelişimi açısından en önemli dönemdir. Rephair, etkili içeriği ile anagen dönemde saçlarınızın canlanmasını sağlayacağı gibi telogen yani saçın dinlenme aşamasında saçın dökülmesinin önüne geçmeye destek olur. Etkinliği klinik olarak kanıtlanmış, hem erkek hem kadın için uygun, oldukça iyi kozmetik sonuçlar sağlayan Rephair, sağlıklı saçlara sahip olmanıza yardımcı olarak üretilmiştir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 11.01.2015 tarihinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Saçlarda %79 artış. Derming Laboratuvarlarında test edildi onaylandı. Rephair losyon ve şampuanla 3 ayda yeni saç teli oluşumunda %79 artış. Kısa süreliğine 1 alana 1 bedava 33 lira. Rephair tüm eczanelerde”*** ifadelerine, durağan yazı olarak, ***“Büyüme aşamasındaki saçlarda normal saç büyümesine göre %79 artış”*** ifadelerine ve alt yazıda ise; ***“İtalya Derming Laboratuvarlarında, büyüme aşamasındaki saçlarda, plaseboya karşı yapılan klinik çalışma sonucudur”*** ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, 14.07.2015 tarihinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve Tümer METİN’in rol aldığı reklamlarda yer alan; ***“Büyüme aşamasındaki saçlarda %79 artış. Rephair ile boşlukları doldurun”*** ifadelerinin ve [www.rephair.com.tr](http://www.rephair.com.tr) adresli internet sitesinin 11.02.2015 tarihli görünümünde yer verilen; *“Rephair’dan Dünya Çapında Yenilik*

*Saçlarınız tel tel dökülüyor mu?*

*Saç dökülmesinde %80 azalma*

*\*Derming Monza Laboratuvarları'nda gönüllü deneklerle gerçekleştirilen testler sonucunda Rephair serum ve losyonun birlikte kullanımı ile Rephair kullanıcılarının saç dökülmesi oranının 3. ayın sonunda ortalama %80'e kadar azaldığı görülmüştür.*

*\*\*Daha az dökülen saç-Saç kaybı aşamasında (telogen) saçta azalma*

*\*\*Daha dolgun saçlar-Saç telleri arasındaki mesafede azalma*

*\*\*Daha güçlü saç-Saç teli kopmasında azalma*

*\*\*Daha kalın saçlar-Saç teli çapında artış*

*\*\*Derming Monza (İtalya) Klinik ve Biomühendislik Enstitüsü çalışmalarından çıkan sonuçlara göre...*

*Rephair nedir?-Saç dökülmesini önlemeye yardımcı Rephair*

*Rephair, içerisinde HSOR enzimleri barındıran bir saç dökülmesi ürünüdür. Saç dökülmeleri yaşayanlar için uygulanan bakımın etkili bir parçası olan Rephair içeriğinde HSOR enzimi bulunduran patentli ilk ve tek saç bakım ürünüdür. iFarma tarafından ithal edilen ve Avrupa'da oldukça dikkat çeken saç dökülmesi ürünü Rephair'in etkinliği Derming Monza İtalya Laboratuvarları'nda 21 gönüllü üzerinde test edilerek kanıtlanmıştır. Plaseboya göre (anagen saçta) saçların yenilenmesine yardımcı olan Rephair (telogen saçta) saç dökülmelerinde azalma sağlamıştır.*

*Plaseboya göre gönüllüler üzerinde yürütülen klinik çalışmalarda Rephair'ın;*

*Büyüme aşamasında saçlarda canlanma, Saç kaybı aşamasında dökülmede azalma, Saç teli kopmasında azalma, Saç telleri arasındaki mesafede azalma, Saç teli çapında artış (daha kalın saç) sağladığı görülmüştür.*

*REPHAIR'İN FARKI*

*Saç Dökülmesini Azaltmaya Yardımcı*

*Rephair saç bakımınızın etkili bir parçası olarak içeriğinde bulundurduğu ve patentli olan HSOR enzimleri sayesinde saç dökülmesini engellemeye yardımcı bir etki göstermektedir. Sadece Rephair formülünde bulunan HSOR yaşadığınız saç dökülmesini engellemeye yardımcı olmanın yanı sıra saçlarınızın daha sağlıklı ve güçlü olmasında katkıda bulunmaktadır.*

*Saçınıza Canlılık Kazandırmak İster misiniz?*

*Rephair, içerisinde barındırdığı güçlü bileşenler sayesinde saçlarınızı beslemeye de yardım eden bir üründür. Saçlarınız anagen dönemde yani büyüme aşamasında gelişim açısından en elverişli dönemdedir. Rephair etkili içeriği saçlara vitamin, mineral ve aminoasitleri taşıyarak saçlarınıza canlılık kazandırmaya destek olur. Özellikle Capigen, Saw Palmetto ve güçlü aminoasitler saç diplerinizin gelişimi için önemli içeriklerdir. Bu önemli içeriği sayesinde saç gelişiminiz ve saç sağlığınız için oldukça etkili bir yardımcı olan Rephair bu etken özelliklerini 21 gönüllü üzerinde yaptığı klinik testlerle Derming İtalya Laboratuvarlarında ortaya koymuştur. Bu bakımdan güvenilir bir destek olarak adlandırılabilir. Saç dökülmesini önlemeye yardım ederken bir yandan da saçları besleyen ve çalıştıran Rephair’ın herhangi sistemik bir yan etkiye neden olmadığı klinik çalışmalar sonucunda görülmüştür.*

*HSOR Enzimi Nedir? HSOR Enziminin Saça Etkisi*

*Saçlarınıza iyi bakmak için saçlarınızdan iyi anlayan bir ürün kullanmalısınız. Daha önce kullandığınız kozmetik ürünlerden oldukça farklı olan Rephair, diğer yöntemler gibi yorucu bir uygulama değildir. Yapılan testler sonucunda içerisinde bulundurduğu HSOR enzimlerinin saç bakımında etkili bir yardımcı olduğu görülmüştür.*

*Saç Dökülmesine Karşı HSOR Enzimi*

*Erkeklerin en sık karşılaştığı problem olan ancak bazı özel durumlarda kadınlarında karşılaşabildiği problem olan erkek tipi saç dökülmesi, kafanın üst ve yan taraflarında oluşan açıklıklardır. Saç çizgisi dediğimiz saçların kökleri ve alın bölgesinin birleştiği bölgenin geriye doğru çekilmesi ile başlayan bir dökülme çeşididir. Büyük ölçüde kalıtımsal özelliklere bağlı olan erkek tipi saç dökülmelerinin kendini hissettirmeye başladığı bir diğer nokta ise şakak bölgesidir. Şakak bölgesinden açılmaya başlayan saçlar zaman içerisinde önlem alınmaz ise eğer nal şeklini alır ve kafada bu şekilde bir açıklık meydana getirir.(…)*

*Saç Dökülmesine Karşı Rephair*

*Saç dökülmesi sorunu herkes için önemli bir problemdir. Saçların zaman içerisinde iyi bir biçimde beslenememesinden kaynaklanan saç dökülmesi sorunu zaman geçtikçe etkisini artırarak saçların kaybedilmesine neden olmaktadır. Rephair içeriğinde bulundurduğu ve patentli olan etken maddesi HSOR enzimleri sayesinde saç dökülmesini durdurmaya yardımcı olur ve aynı zamanda büyüme aşamasında saçlarda optimum etki görmenize yardımcı olur. Cilt tarafından emilen ve saç köklerine derinlemesine işleyen Rephair, deride yağlı tabaka oluşturmayacağı gibi saçlarınız için gerekli vitamin ve minerallerin taşındamasında da etkilidir. Kokusu oldukça hafif olan ve doğal bir yapıda olan yenilikçi Rephair, saçlarınızda dolgunluk sağlar. Sağlıklı saçların gelişimini teşvik eden Rephair, saç döngüsündeki evrelerde etkilidir. Saçın anagen dönemi saçın gelişimi açısından en önemli dönemdir. Rephair, etkili içeriği ile anagen dönemde saçlarınızın canlanmasını sağlayacağı gibi telogen yani saçın dinlenme aşamasında saçın dökülmesinin önüne geçmeye destek olur. Etkinliği klinik olarak kanıtlanmış, hem erkek hem kadın için uygun, oldukça iyi kozmetik sonuçlar sağlayan Rephair, sağlıklı saçlara sahip olmanıza yardımcı olarak üretilmiştir”* ifadeleri ile Dermatolog Dr. Ahmet GÜNAY’ın yer aldığı videolarda yer verilen ifadelerin doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile ispatlanamadığı,

Ayrıca, Tümer METİN’in rol aldığı reklamlarda durağan yazı olarak yer verilen; ***“Büyüme aşamasındaki saçlarda”*** ifadesinin metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle okunabilirlikten uzak olduğu, bununla birlikte 11.01.2015 tarihinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak yer verilen; ***“Rephair losyon ve şampuanla 3 ayda yeni saç teli oluşumunda %79 artış”*** ifadeleri ile durağan yazı olarak yer verilen; ***“Büyüme aşamasındaki saçlarda normal saç büyümesine göre %79 artış”*** ifadeleri ve alt yazıda yer verilen; ***“İtalya Derming Laboratuvarlarında, büyüme aşamasındaki saçlarda, plaseboya karşı yapılan klinik çalışma sonucudur”*** ifadelerinin birbiriyle çeliştiği,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- 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,

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

-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, 18 inci, 19 ucu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İfarma İlaç Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **220.220-TL (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası) idari para veanılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2015/653**

**Şikayet Edilen:** **Lila Kağıt San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Sofia ormanları yok etmez"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, Radyo

**Tespitler:** Mart 2015 döneminde muhtelif televizyon ve radyo kanallarında yayınlanan **"Sofia ormanları yok etmez"**başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; *“Fidanlar ağaca, ağaçlar ormana, ormanlar havluya, dönmemeli dünyada! Sofia, tuvalet kâğıdından havluya, tüm temizlik kâğıtlarını üretirken ormanları yok etmiyor. Sadece endüstriyel amaçlı yetiştirilen ağaçları kullanıyor. Sofia Ormanları Yok Etmez”, “Sofia, tuvalet kağıtlarını da üretirken ormanları yok etmiyor, sadece endüstriyel amaçlı yetiştirilen ağaçları kullanıyor. Sofia Ormanları Yok Etmez”, “Sofia, kağıt havlularını üretirken ormanları yok etmiyor, sadece endüstriyel amaçlı yetiştirilen ağaçları kullanıyor. Böylece kağıt havlularını gönül rahatlığıyla 4 katlı yapabiliyor. Sofia Ormanları Yok Etmez”* ifadelerine ve televizyon reklamlarında durağan yazı olarak; *“ENAT (Endüstriyel Ağaç Tarımı A.Ş.) sponsoru”* ifadesine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerin, inceleme konusu reklamlarda yer verilen *“Fidanlar ağaca, ağaçlar ormana, ormanlar havluya, dönmemeli dünyada! Sofia, tuvalet kâğıdından havluya, tüm temizlik kâğıtlarını üretirken ormanları yok etmiyor. Sadece endüstriyel amaçlı yetiştirilen ağaçları kullanıyor. Sofia Ormanları Yok Etmez”, “Sofia, tuvalet kağıtlarını da üretirken ormanları yok etmiyor, sadece endüstriyel amaçlı yetiştirilen ağaçları kullanıyor. Sofia Ormanları Yok Etmez”, “Sofia, kağıt havlularını üretirken ormanları yok etmiyor, sadece endüstriyel amaçlı yetiştirilen ağaçları kullanıyor. Böylece kağıt havlularını gönül rahatlığıyla 4 katlı yapabiliyor. Sofia Ormanları Yok Etmez”*, *“ENAT (Endüstriyel Ağaç Tarımı A.Ş.) sponsoru”* ifadelerini ispatladığı ve reklamlarda rakip firmaları kötüler nitelikte herhangi bir ifade ve görüntüye yer verilmediği değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2014/1211**

**Şikayet Edilen: Dekomed Ecza Deposu Medikal Sağlık Gıda Bilişim İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.farmasaglik.com](http://www.farmasaglik.com) adresli internet sitesinde ***"Lierac Phytolastil Gel Tube 100 ml Hamilelik Çatlak Önleyici İkili Paket"***; ***“Pharmaton 30 Kapsül”, “İmuneks Q10 30 Tablet”, “İmuneks Plus 30 Tablet”*** ve ***“VitAgil Multivitamin Şurup 250 ml”*** adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.06.2014, 21.05.2015, 11.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.farmasaglik.com](http://www.farmasaglik.com) adresli internet sitesinin 27.06.2014 görünümünde, kozmetik bildirimi yapılarak piyasaya arz edilen ***"Lierac Phytolastil Gel Tube 100 ml Hamilelik Çatlak Önleyici İkili Paket"*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“****Lierac Phytolastil kullanan hamile bayanlarda yapılan araştırmada %92’sinde hamilelik çatlağının oluşmadığı ispatlanmıştır****. Çatlak oluşumunu engellemeye yarayan bu kremi sadece hamile bayanlar değil, egzersiz ve diyet yapan kişilerde kullanabilir.(…) Lierac Phytolastil içeriğinde bulunan al kamelya özleri, ata kuyruğu özü ve sarmaşık özü sayesinde* ***hücre yenilenmesine yardımcı olarak*** *bağ dokusunun fizyolojisini düzenler. Cildin elastikiyetinin tekrar kazanılmasına yardımcı olarak, yeni liflerin üretimini teşvik eder. Düzenli kullanım sonucu* ***çatlak izlerinin azalmasını sağlar****. Yeni izlerin* ***oluşmasını engellemeye yardımcı olur****.)* şeklinde;

[www.farmasaglik.com](http://www.farmasaglik.com) adresli internet sitesinin 21.05.2015 görünümünde, ***“Pharmaton 30 Kapsül”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; “*Pharmaton diğer vitamin ve minerallerin sağladığı ‘****’vitamin mineral ihtiyacını gidermek’****’ işlevi yanında* ***yorgunluk, bitkinlik, fiziksel performans azalması, nekahat dönemleri (Geçirilen hastalık, ameliyat veya kazadan sonra insanın yavaş yavaş iyileşme dönemi) ve vitamin mineral eksikliği konularında kullanılan bir gıda takviyesidir.*** *Pharmaton, Ginseng G115, 11 Vitamin ve 7 Mineral kombinasyonundan oluşmuş ve etkileri klinik çalışmalarla ispatlanmıştır. Spor ve egzersiz yapanlarda;* ***Fiziksel Performansı Artırır.*** *Yoğun ders alışan öğrencilerde;* ***Mental Performansı Artırır.*** *Yoğun iş temposunda çalışan kişilerde;* ***Yorgunluğu Giderir, Enerji Verir.****”; “Pharmaton 'un yapılan klinik çalışmalarla hem gençlerde, hem spor yapanlarda hem de orta yaşın üstündeki kişilerde fiziksel performansı arttırdığı kanıtlanmıştır. Fiziksel performans orta yaşın üstündeki kişilerde daha da belirgin oranda artmıştır. Ginseng G115 ekstresi hücrelerin oksijen kullanım kapasitesini artırarak fiziksel aktivitede artış meydana getirir. Egzersiz sırasında kaslarda oluşan laktik asit miktarını düşürür, azalan laktik asit miktarı ile yorgunluğu giderir. Pharmaton, olimpiyat komitesinin listesinde yer alan herhangi bir doping maddesini içermemektedir. Ginseng sporcular tarafından geçmişte olduğu gibi günümüzde de fiziksel performansı artırmak amacıyla sık sık kullanılmaktadır. Yoğun ders çalışan, sınavlara hazırlanan ögrenciler Pharmaton'un* ***konsantrasyonu artırıcı etkisi*** *sayesinde zihinsel performanslarında artış sağlarlar. Yapılan klinik çalışmalarda Pharmaton kullanan öğrencilerin daha az sayıda hata yaptıkları gözlenmiştir. Artan hücresel aktivite ile fiziksel ve mental (zihinsel) aktivitede artış meydana gelir. Laktik asit miktarını düşürür. Azalan laktik asit miktarı ile yorgunluğu giderir. Ayrıca aroma maddesi olarak Etilvanilin ve kapsül boyar maddesi olarak da siyah demir oksit (E 172) ve kırmızı demir oksit (E 172) içerir. Pharmaton Kapsülden yorgunluk, fiziksel performans azalması, konsantrasyon azalması ve bitkinlik durumlarında yararlanılmaktadır.”* şeklinde;

www.farmasaglik.com adresli internet sitesinin 11.03.2015 tarihli görünümünde, ***“İmuneks Q10 30 Tablet”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“İmuneksQ1O® Coenzyme Q10 ve Beta-glukan 1,3 / 1,6 içeriğinin tamamlayıcı etkileri ile 4 mevsim kullanılabilen,* ***hücreler için zorunlu yaşamsal enerjiyi artıran doğal bir biyolojik ajandır.*** *Beta-glukan 1,3 / 1,6. Ekmek mayasından (Saccharomyces cerevisiae) elde edilen* ***bağışıklık sistemini güçlendiren doğal bir maddedir****.* ***Bağışıklık cevabını artırarak vücut savunma hücrelerinin patojenleri daha etkili şekilde yok etmesini sağlar.*** *Coenzyme Q10****, Vücuttaki kimyasal reaksiyonlara enerji sağlanmasında önemli rol oynayan elektron taşıma zincirinin esansiyel bir kofaktörü; mikrozom, mitokondri gibi çeşitli organelleri ve hücreleri çevreleyen lipid membranların bileşeni olan lipofilik bir antioksidandır.Hücre ve dokularda serbest radikal oksidasyonunu önleyerek hücre yaşlanmasına engel olur.****Özellikle orta yaştan itibaren çevresel faktörlerin de etkisi ile vücut tarafından üretimi ve miktarı hızla azalır. Etkinliği:**İmuneksQ10® içeriğindeki Coenzyme Q10 ve Beta-glukan 1,3 / 1,6 tamamlayıcı etkileri ile* ***daha güçlü antioksidan etki gösterir****.**Beta-glukan 1,3 / 1,6 makrofaj aktivasyonu sağlar, Coenzyme Q10 beyaz* ***kan hücrelerinde enerji üretimini artırır. Bu tamamlayıcı özelliği ile İmuneksQ10® en etkili bağışıklık güçlendiricilerden biridir.*** *Beta-glukan 1,3 / 1,6 ilaveli İLK ve TEK Coenzyme Q10 preperatı İmuneksQ10®’dir. Kullanımı:* ***Antioksidan olarak anti-aging desteği sağlar. Hücrelere sağladığı enerji ile daha uzun yaşamalarını sağlar, serbest radikalleri temizleyerek yaşlanmayı geciktirir. Enerji üretimini ve fiziksel performansı artırır. Hücrelerde enerji üretimini artırır ve bu rolü ile kas fonksiyonlarının düzenlenmesi ve yorgunluğun azaltılmasında destek sağlar. Bağışıklığı güçlendirir. Bağışıklık sistemini stimüle eder, enfeksiyonlara karşı direnci artırır. Kolesterol yönetimi sağlar. Vücuttaki Coenzyme Q10’i azaltan statin (kolesterol düşürücü ilaçlar) kullananlara, destek tedavi olarak önerilir. Genel kalp sağlığına ve hipertansiyon tedavisine destek olarak kullanılır. Kalbin sağlıklı çalışmasında kalp hücrelerinin enerji seviyeleri çok önemlidir. Kardiyovasküler hastalığı ve hipertansiyonu olanlarda destek tedavi olarak kullanılır. Dişeti iltihabını engeller. Dişeti çekilmelerinde, iltihaplarında ve ağız sağlığı korunmasında etkilidir. Erkek sağlığında etkilidir. Seminal sıvıda Coenzyme Q10 düzeylerinin artışı ile sperm sayısı ve hareketlikleri doğru orantılıdır.”*** şeklinde;

www.farmasaglik.com adresli internet sitesinin 11.03.2015 tarihli görünümünde, ***“İmuneks Plus 30 Tablet”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“İçeriğinde "Beta-glukan 1,3 / 1,6" ve "Natürel C Vitamini" bulunan* ***tamamen doğal bir bağışıklık güçlendiricidir.*** *Beta-glukan 1,3 / 1,6,**Ekmek mayasından (Saccharomyces cerevisiae) elde edilen* ***bağışıklık sistemini güçlendiren doğal bir maddedir. Bağışıklık cevabını artırarak vücut savunma hücrelerinin patojenleri daha etkili şekilde yok etmesini sağlar.*** *Natürel C Vitamini, Kapsül içerisindeki kuşburnu ekstresi tozu ve acerola meyve tozu kaynaklıdır. Bu şekilde etkinliğini kaybetmeden doğal formu ile kapsül içinde saklanabilir.* ***İ****çeriğindeki Natürel C Vitamini’nin* ***kırmızı kan hücreleri ve plazmaya absorpsiyonu sentetik olanın yaklaşık 2 katıdır ve biyo yararlanımı da daha iyidir.*** *Etkinliği;**Beta-glukan 1,3 / 1,6 makrofaj aktivasyonu sağlar****. Enfeksiyonlara karşı savunmadan sorumlu makrofaj, nötrofil ve monosit gibi beyaz kan hücrelerini aktive eder.*** *C vitamini ise* ***nötrofil hücrelerini ve sitokinleri artırır.*** *Bu şekilde, Beta-glukan 1,3 / 1,6 ve Natürel C* ***Vitamini kombinasyonunun antioksidan ve bağışıklık desteği olarak kullanımının sinerjik etkileri olduğu kanıtlanmıştır. Bağışıklık sistemimiz, mevsimsel olduğu kadar yıl boyu süren risklere karşı da direncini kaybedebilir ve savunmasız kalabilir. Bu risklerden korunmak için İmuneksPlus® kullanabilirsiniz.*** *Kullanım Alanları:* ***Sonbahar, Kış, grip ve soğuk algınlığı, alt ve üst solunum yolu enfeksiyonları, tekrarlayan enfeksiyonlar, okul, işyeri gibi kapalı ortamlarda hızla bulaşan enfeksiyonlar; ilkbahar, yaz; mevsimsel alerjik rinit, tekrarlayan aft ve uçuk, güneşin zararlı etkileri; UV ışınlarının cilt ve cilt altı deri hücrelerine verdiği tahribat gibi havuz gibi ıslak zeminlerden bulaşabilecek mantar ve enfeksiyonlar, klima çarpması, soğuk algınlığı, yaz gribi (klimalardan yayılan ve solunan patojenler kaynaklı);yıl boyu, yıl boyu süren alerjik rinit; mite (ev tozu akarı) vs., yoğun temponun (iş, seyahat, sınav dönemi) yarattığı stresinin olumsuz etkileri, düzensiz ve sağlıksız beslenme, uykusuzluk, ağır spor faaliyetlerinin vücut direncini düşürmesi, kolesterol ve kan şekeri seviyesi rahatsızlıkları, ufak yaralanmalar veya operasyon yaraları, kentlerin kirli havası, sigara dumanı. İmuneksPlus Kullanım önerisi: Mevsimsel ve yıl boyu süren bağışıklığa yönelik risklerden korunmak, ayrıca vücut direncini kuvvetli tutmak için günde 1 kapsül İmuneksPlus, hastalık sırasında tedaviye destek olarak günde 2 kapsül İmuneksPlus kullanımı önerilir.”*** şeklinde;

www.farmasaglik.com adresli internet sitesinin 03.06.2015 tarihli görünümünde ***“VitAgil Multivitamin Şurup 250 ml”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; “VitAgil Şurup, ***büyüme ve gelişmeyi destekler.***İçerdiği A vitamini, D3 vitamini, H vitamini, K1 vitamini, Çinko, Manganez, İyot ve Selenyum; ***çocuklarda kemik gelişimini, boy uzamasını ve sağlıklı büyümeyi destekler. Zihinsel gelişimi ve okul performansını artırmaya yardımcı olur.*** İçerdiği tüm B kompleks vitaminleri ile çinko, selenyum ve iyot, ***sağlıklı beyin-sinir sistemi gelişiminde etkili rol oynar. Bağışıklık Sistemini güçlendirir. İçerdiği A,C ve E vitaminleri ile Selenyum, Çinko ve Manganez vücut direncini artırır ve enfeksiyonlardan korur. İştah artışına ve boy uzamasına destek olur.*** İçerdiği A, B1, B3, B5, B11, C, D, H vitamini ve Çinko sayesinde ***iştahsızlık oluşumunu önler.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.farmasaglik.com](http://www.farmasaglik.com) adresli internet sitesinin 27.06.2014 görünümünde, kozmetik bildirimi yapılarak piyasaya arz edilen ***"Lierac Phytolastil Gel Tube 100 ml Hamilelik Çatlak Önleyici İkili Paket"*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“****Lierac Phytolastil kullanan hamile bayanlarda yapılan araştırmada %92’sinde hamilelik çatlağının oluşmadığı ispatlanmıştır****. Çatlak oluşumunu engellemeye yarayan bu kremi sadece hamile bayanlar değil, egzersiz ve diyet yapan kişilerde kullanabilir.(…) Lierac Phytolastil içeriğinde bulunan al kamelya özleri, ata kuyruğu özü ve sarmaşık özü sayesinde* ***hücre yenilenmesine yardımcı olarak*** *bağ dokusunun fizyolojisini düzenler. Cildin elastikiyetinin tekrar kazanılmasına yardımcı olarak, yeni liflerin üretimini teşvik eder. Düzenli kullanım sonucu* ***çatlak izlerinin azalmasını sağlar****. Yeni izlerin* ***oluşmasını engellemeye yardımcı olur****.)* şeklinde sağlık beyanı içeren ifadeler kullanıldığı;

Buna göre, inceleme konusu tanıtımların, Kozmetik Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımına uygun olmadığı; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda, anılan ürüne ilişkin ifadelerin mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Bununla birlikte; inceleme konusu reklamlarda yer alan “***Lierac Phytolastil kullanan hamile bayanlarda yapılan araştırmada %92’sinde hamilelik çatlağının oluşmadığı ispatlanmıştır****.”* şeklinde bilimsel temele sahip olduğu belirtilen ispata muhtaç iddialara yer verildiği; ancak, söz konusu kesinlik belirten iddiaların, firmanız tarafından bilgi, belge ve raporlarla bilimsel olarak ispatlanamaması nedeniyle, anılan reklamların tüketiciler açısından yanıltıcı ve aldatıcı olduğu;

[www.farmasaglik.com](http://www.farmasaglik.com) adresli internet sitesinin 21.05.2015 görünümünde, ***“Pharmaton 30 Kapsül”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; “*Pharmaton diğer vitamin ve minerallerin sağladığı ‘****’vitamin mineral ihtiyacını gidermek’****’ işlevi yanında* ***yorgunluk, bitkinlik, fiziksel performans azalması, nekahat dönemleri (Geçirilen hastalık, ameliyat veya kazadan sonra insanın yavaş yavaş iyileşme dönemi) ve vitamin mineral eksikliği konularında kullanılan bir gıda takviyesidir.*** *Pharmaton, Ginseng G115, 11 Vitamin ve 7 Mineral kombinasyonundan oluşmuş ve etkileri klinik çalışmalarla ispatlanmıştır. Spor ve egzersiz yapanlarda;* ***Fiziksel Performansı Artırır.*** *Yoğun ders alışan öğrencilerde;* ***Mental Performansı Artırır.*** *Yoğun iş temposunda çalışan kişilerde;* ***Yorgunluğu Giderir, Enerji Verir.****”; “Pharmaton 'un yapılan klinik çalışmalarla hem gençlerde,*  *hem spor yapanlarda hem de orta yaşın üstündeki kişilerde fiziksel performansı arttırdığı kanıtlanmıştır. Fiziksel performans orta yaşın üstündeki kişilerde daha da belirgin oranda artmıştır. Ginseng G115 ekstresi hücrelerin oksijen kullanım kapasitesini artırarak fiziksel aktivitede artış meydana getirir. Egzersiz sırasında kaslarda oluşan laktik asit miktarını düşürür, azalan laktik asit miktarı ile yorgunluğu giderir. Pharmaton, olimpiyat komitesinin listesinde yer alan herhangi bir doping maddesini içermemektedir. Ginseng sporcular tarafından geçmişte olduğu gibi günümüzde de fiziksel performansı artırmak amacıyla sık sık kullanılmaktadır. Yoğun ders çalışan, sınavlara hazırlanan ögrenciler Pharmaton'un* ***konsantrasyonu artırıcı etkisi*** *sayesinde zihinsel performanslarında artış sağlarlar. Yapılan klinik çalışmalarda Pharmaton kullanan öğrencilerin daha az sayıda hata yaptıkları gözlenmiştir. Artan hücresel aktivite ile fiziksel ve mental (zihinsel) aktivitede artış meydana gelir. Laktik asit miktarını düşürür. Azalan laktik asit miktarı ile yorgunluğu giderir. Ayrıca aroma maddesi olarak Etilvanilin ve kapsül boyar maddesi olarak da siyah demir oksit (E 172) ve kırmızı demir oksit (E 172) içerir. Pharmaton Kapsülden yorgunluk, fiziksel performans azalması, konsantrasyon azalması ve bitkinlik durumlarında yararlanılmaktadır.”* şeklinde;

www.farmasaglik.com adresli internet sitesinin 11.03.2015 tarihli görünümünde, ***“İmuneks Q10 30 Tablet”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“İmuneksQ1O® Coenzyme Q10 ve Beta-glukan 1,3 / 1,6 içeriğinin tamamlayıcı etkileri ile 4 mevsim kullanılabilen,* ***hücreler için zorunlu yaşamsal enerjiyi artıran doğal bir biyolojik ajandır.*** *Beta-glukan 1,3 / 1,6. Ekmek mayasından (Saccharomyces cerevisiae) elde edilen* ***bağışıklık sistemini güçlendiren doğal bir maddedir****.* ***Bağışıklık cevabını artırarak vücut savunma hücrelerinin patojenleri daha etkili şekilde yok etmesini sağlar.*** *Coenzyme Q10****, Vücuttaki kimyasal reaksiyonlara enerji sağlanmasında önemli rol oynayan elektron taşıma zincirinin esansiyel bir kofaktörü; mikrozom, mitokondri gibi çeşitli organelleri ve hücreleri çevreleyen lipid membranların bileşeni olan lipofilik bir antioksidandır.Hücre ve dokularda serbest radikal oksidasyonunu önleyerek hücre yaşlanmasına engel olur.****Özellikle orta yaştan itibaren çevresel faktörlerin de etkisi ile vücut tarafından üretimi ve miktarı hızla azalır. Etkinliği:**İmuneksQ10® içeriğindeki Coenzyme Q10 ve Beta-glukan 1,3 / 1,6 tamamlayıcı etkileri ile* ***daha güçlü antioksidan etki gösterir****.**Beta-glukan 1,3 / 1,6 makrofaj aktivasyonu sağlar, Coenzyme Q10 beyaz* ***kan hücrelerinde enerji üretimini artırır. Bu tamamlayıcı özelliği ile İmuneksQ10® en etkili bağışıklık güçlendiricilerden biridir.*** *Beta-glukan 1,3 / 1,6 ilaveli İLK ve TEK Coenzyme Q10 preperatı İmuneksQ10®’dir. Kullanımı:* ***Antioksidan olarak anti-aging desteği sağlar. Hücrelere sağladığı enerji ile daha uzun yaşamalarını sağlar, serbest radikalleri temizleyerek yaşlanmayı geciktirir. Enerji üretimini ve fiziksel performansı artırır. Hücrelerde enerji üretimini artırır ve bu rolü ile kas fonksiyonlarının düzenlenmesi ve yorgunluğun azaltılmasında destek sağlar. Bağışıklığı güçlendirir. Bağışıklık sistemini stimüle eder, enfeksiyonlara karşı direnci artırır. Kolesterol yönetimi sağlar. Vücuttaki Coenzyme Q10’i azaltan statin (kolesterol düşürücü ilaçlar) kullananlara, destek tedavi olarak önerilir. Genel kalp sağlığına ve hipertansiyon tedavisine destek olarak kullanılır. Kalbin sağlıklı çalışmasında kalp hücrelerinin enerji seviyeleri çok önemlidir. Kardiyovasküler hastalığı ve hipertansiyonu olanlarda destek tedavi olarak kullanılır. Dişeti iltihabını engeller. Dişeti çekilmelerinde, iltihaplarında ve ağız sağlığı korunmasında etkilidir. Erkek sağlığında etkilidir. Seminal sıvıda Coenzyme Q10 düzeylerinin artışı ile sperm sayısı ve hareketlikleri doğru orantılıdır.”*** şeklinde;

www.farmasaglik.com adresli internet sitesinin 11.03.2015 tarihli görünümünde, ***“İmuneks Plus 30 Tablet”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; *“İçeriğinde "Beta-glukan 1,3 / 1,6" ve "Natürel C Vitamini" bulunan* ***tamamen doğal bir bağışıklık güçlendiricidir.*** *Beta-glukan 1,3 / 1,6,**Ekmek mayasından (Saccharomyces cerevisiae) elde edilen* ***bağışıklık sistemini güçlendiren doğal bir maddedir. Bağışıklık cevabını artırarak vücut savunma hücrelerinin patojenleri daha etkili şekilde yok etmesini sağlar.*** *Natürel C Vitamini, Kapsül içerisindeki kuşburnu ekstresi tozu ve acerola meyve tozu kaynaklıdır. Bu şekilde etkinliğini kaybetmeden doğal formu ile kapsül içinde saklanabilir.* ***İ****çeriğindeki Natürel C Vitamini’nin* ***kırmızı kan hücreleri ve plazmaya absorpsiyonu sentetik olanın yaklaşık 2 katıdır ve biyo yararlanımı da daha iyidir.*** *Etkinliği;**Beta-glukan 1,3 / 1,6 makrofaj aktivasyonu sağlar****. Enfeksiyonlara karşı savunmadan sorumlu makrofaj, nötrofil ve monosit gibi beyaz kan hücrelerini aktive eder.*** *C vitamini ise* ***nötrofil hücrelerini ve sitokinleri artırır.*** *Bu şekilde, Beta-glukan 1,3 / 1,6 ve Natürel C* ***Vitamini kombinasyonunun antioksidan ve bağışıklık desteği olarak kullanımının sinerjik etkileri olduğu kanıtlanmıştır. Bağışıklık sistemimiz, mevsimsel olduğu kadar yıl boyu süren risklere karşı da direncini kaybedebilir ve savunmasız kalabilir. Bu risklerden korunmak için İmuneksPlus® kullanabilirsiniz.*** *Kullanım Alanları:* ***Sonbahar, Kış, grip ve soğuk algınlığı, alt ve üst solunum yolu enfeksiyonları, tekrarlayan enfeksiyonlar, okul, işyeri gibi kapalı ortamlarda hızla bulaşan enfeksiyonlar; ilkbahar, yaz; mevsimsel alerjik rinit, tekrarlayan aft ve uçuk, güneşin zararlı etkileri; UV ışınlarının cilt ve cilt altı deri hücrelerine verdiği tahribat gibi havuz gibi ıslak zeminlerden bulaşabilecek mantar ve enfeksiyonlar, klima çarpması, soğuk algınlığı, yaz gribi (klimalardan yayılan ve solunan patojenler kaynaklı);yıl boyu, yıl boyu süren alerjik rinit; mite (ev tozu akarı) vs., yoğun temponun (iş, seyahat, sınav dönemi) yarattığı stresinin olumsuz etkileri, düzensiz ve sağlıksız beslenme, uykusuzluk, ağır spor faaliyetlerinin vücut direncini düşürmesi, kolesterol ve kan şekeri seviyesi rahatsızlıkları, ufak yaralanmalar veya operasyon yaraları, kentlerin kirli havası, sigara dumanı. İmuneksPlus Kullanım önerisi: Mevsimsel ve yıl boyu süren bağışıklığa yönelik risklerden korunmak, ayrıca vücut direncini kuvvetli tutmak için günde 1 kapsül İmuneksPlus, hastalık sırasında tedaviye destek olarak günde 2 kapsül İmuneksPlus kullanımı önerilir.”*** şeklinde;

www.farmasaglik.com adresli internet sitesinin 03.06.2015 tarihli görünümünde ***“VitAgil Multivitamin Şurup 250 ml”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda; “VitAgil Şurup, ***büyüme ve gelişmeyi destekler.***İçerdiği A vitamini, D3 vitamini, H vitamini, K1 vitamini, Çinko, Manganez, İyot ve Selenyum; ***çocuklarda kemik gelişimini, boy uzamasını ve sağlıklı büyümeyi destekler. Zihinsel gelişimi ve okul performansını artırmaya yardımcı olur.*** İçerdiği tüm B kompleks vitaminleri ile çinko, selenyum ve iyot, ***sağlıklı beyin-sinir sistemi gelişiminde etkili rol oynar.Bağışıklık Sistemini güçlendirir.İçerdiği A,C ve E vitaminleri ile Selenyum, Çinko ve Manganez vücut direncini artırır ve enfeksiyonlardan korur.İştah artışına ve boy uzamasına destek olur.***İçerdiği A, B1, B3, B5, B11, C, D, H vitamini ve Çinko sayesinde ***iştahsızlık oluşumunu önler.”*** 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 inci maddesi,

- Kozmetik Yönetmeliğinin; 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6; 40/1; 42/1 ve 42/2 nci maddeleri,

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

- 10.01.2015 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, 7/8; 9 uncu ve 26 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dekomed Ecza Deposu Medikal Sağlık Gıda Bilişim İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2014/1219**

**Şikayet Edilen: Nusellus İlaç Kozmetik İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turuncukasa.com](http://www.turuncukasa.com) ve [www.bebekvebiz.com](http://www.bebekvebiz.com) adresli internet sitelerinde ***“Bio-Oil Cilt Bakım Yağı 60 ml”*** adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015, 17.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kozmetik bildirimi yapılarak piyasaya arz edilen www.turuncukasa.com adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde, piyasaya arz edilen ***“Bio-Oil Cilt Bakım Yağı 60 ml”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“Cildinizde özellikle hamilelik döneminde sıklıkla karşılaştığınız sorunlardan biri olan çatlaklar için geliştirilmiş olan bir üründür.”, “****çatlak oluşumlarını engellemeye,*** *cilt lekelerinin, ciltte görülen ince çizgi ve kırışıklık oluşumlarının görünümlerinde azalma sağlamaya yardım eder ve cilde yoğun bir nem kazandırarak rahatlama sağlamaya, kuruluğa karşı korumaya yardım eder.”*  gibi ifadelere yer verildiği;

www.bebekvebiz.com adresli internet sitesinin 17.04.2015 tarihli görünümünde, piyasaya **arz edilen *“Bio-Oil Cilt Bakım Yağı 60 ml****”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, adı geçen ürünün, ***“Leke ve pigmentasyon problemleri, yaşlanma belirtileri, güneş yanığı lekeleri, yanık izleri, sezeryan ameliyat izleri, çatlak izleri, kuru ciltler, böcek ısırığı izleri, suçiçeği izleri, apandisit ameliyat izleri, hamilelik çatlak izleri, yaşlılık izleri, kuru tırnak etleri, sıyrık izleri”***gibi durumlarda kullanılabileceği yönünde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kozmetik ürün bildirimi yapılarak piyasaya arz edilen www.turuncukasa.com adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde, piyasaya arz edilen ***“Bio-Oil Cilt Bakım Yağı 60 ml”*** adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, *“Cildinizde özellikle hamilelik döneminde sıklıkla karşılaştığınız sorunlardan biri olan çatlaklar için geliştirilmiş olan bir üründür.”, “****çatlak oluşumlarını engellemeye,*** *cilt lekelerinin, ciltte görülen ince çizgi ve kırışıklık oluşumlarının görünümlerinde azalma sağlamaya yardım eder ve cilde yoğun bir nem kazandırarak rahatlama sağlamaya, kuruluğa karşı korumaya yardım eder.”*  gibi ifadelere yer verildiği;

Buna göre, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“****çatlak oluşumlarını engellemeye”*** şeklindeki ifadenin Kozmetik Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinde yer alan “kozmetik ürün” tanımına uygun olmadığı; Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda anılan ürüne ve internet sitesinde yer alan daha birçok kozmetik ürüne ilişkin ifadelerin mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

Ayrıca; www.bebekvebiz.com adresli internet sitesinin 17.04.2015 tarihli görünümünde, piyasaya **arz edilen *“Bio-Oil Cilt Bakım Yağı 60 ml****”* adlı ürüne ilişkin yapılan tanıtımlarda, adı geçen ürünün, ***“Leke ve pigmentasyon problemleri, yaşlanma belirtileri, güneş yanığı lekeleri, yanık izleri, sezeryan ameliyat izleri, çatlak izleri, kuru ciltler, böcek ısırığı izleri, suçiçeği izleri, apandisit ameliyat izleri, hamilelik çatlak izleri, yaşlılık izleri, kuru tırnak etleri, sıyrık izleri”***gibi durumlarda kullanılabileceği yönünde yer alan ifadelerin endikasyon belirtmesi nedeniyle sağlık beyanı olarak kabul edildiği;

Dolayısıyla, anılan tanıtımların;

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin; 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- 10.01.2015 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, 7/8; 9 uncu ve 26 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**15)**

**Dosya No: 2014/955**

**Şikayet Edilen:** **Cuma Teknoloji Pazarlama Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.cumapazarlama.com adresli internet sitesinde yer alan “***Hekimzade Egzamin Bitkisel Destek Ürünü”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2013, 05.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.cumapazarlama.com.tr** adresli internet sitesinin **24.12.2013** tarihli görünümünde yer alan;  ***“Hekimzade Egzamin Bitkisel Destek Ürünü”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Şahtere:* ***Ağrı kesici, idrar artırıcı, karaciğer hastalıklarında, sarılığa karşı, safrayı temizler(giderir) terletici, yatıştırıcı, zayıflatıcı sıraca illetibnde tedavi edici, tansiyon düşürücü, vücuttaki zehirleri dışarı atar, damar sertliğinde, atardamar iltihaplanmasında faydalıdır. Skorbüte karşı kullanılır. Karaciğerin tıkanık damarlarını açar, insanın tabiatını yumuşatır, mide ağrılarında, sedefte, egzamada, filebitte faydalıdır. İştah açar, kanı temizler, bağırsakları yumuşak tutar, kaşıntıları giderir. Tuzlu balgamlı hastalıklarda ( cilt hasatlıklarında) faydalıdır, halsizliği giderici, güçlendiricidir****. Kombinasyonları: Egzamin enfeksiyon kaynaklı olduğu düşünülüyorsa ENFEX ile birlikte kullanılmalıdır. Ayrıca idrar söktürücü bir ürünle birlikte verilmelidir. Bu amaçla MİCROMER ve FİTENZİM kombine edilir. Egzamaya sebebiyet verilebilecek birçok bakteri bağırsaklardadır. Hatta bağırsak kurdu (helmit) varsa, bu süreçte ondan da kurtulmak gereklidir. Etkileri:* ***Kaşınan egzamalı bölgede kaşıntıyı gidermeye, hassas deriyi güçlendirmede, egzamalı deride oluşan iltihabı gidermede, karaciğeri onarır ve karaciğerdeki toksinlerin atılmasını desteklemede, derideki kuruluğu ve kızarıklığı gidermede iyi bir destek ürünüdür****.*” şeklinde ifadelere

**www.cumapazarlama.com.tr** adresli internet sitesinin 05.03.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Kudret Narı (Propolisli) Kapsül”, “Ginseng Tablet”, “Ginkgo Biloba Kapsül ”, “Üzüm Çekirdeği Kapsül", “Propolis Kapsül”*** ve ***“Aksuvit 80 Tablet Ginseng+ Arı Sütü+Polen+Propolis+C Vitamini”*** ve benzeri gıda takviyelerine ilişkin ifadelere verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.cumapazarlama.com.tr** adresli internet sitesinin 24.12.2013 tarihli görünümünde yer alan;  ***“Hekimzade Egzamin Bitkisel Destek Ürünü”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Şahtere:* ***Ağrı kesici, idrar artırıcı, karaciğer hastalıklarında, sarılığa karşı, safrayı temizler(giderir) terletici, yatıştırıcı, zayıflatıcı sıraca illetibnde tedavi edici, tansiyon düşürücü, vücuttaki zehirleri dışarı atar, damar sertliğinde, atardamar iltihaplanmasında faydalıdır. Skorbüte karşı kullanılır. Karaciğerin tıkanık damarlarını açar, insanın tabiatını yumuşatır, mide ağrılarında, sedefte, egzamada, filebitte faydalıdır. İştah açar, kanı temizler, bağırsakları yumuşak tutar, kaşıntıları giderir. Tuzlu balgamlı hastalıklarda ( cilt hasatlıklarında) faydalıdır, halsizliği giderici, güçlendiricidir****. Kombinasyonları: Egzamin enfeksiyon kaynaklı olduğu düşünülüyorsa ENFEX ile birlikte kullanılmalıdır. Ayrıca idrar söktürücü bir ürünle birlikte verilmelidir. Bu amaçla MİCROMER ve FİTENZİM kombine edilir. Egzamaya sebebiyet verilebilecek birçok bakteri bağırsaklardadır. Hatta bağırsak kurdu (helmit) varsa, bu süreçte ondan da kurtulmak gereklidir. Etkileri:* ***Kaşınan egzamalı bölgede kaşıntıyı gidermeye, hassas deriyi güçlendirmede, egzamalı deride oluşan iltihabı gidermede, karaciğeri onarır ve karaciğerdeki toksinlerin atılmasını desteklemede, derideki kuruluğu ve kızarıklığı gidermede iyi bir destek ürünüdür***” 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,**

Diğer taraftan, **www.cumapazarlama.com.tr** adresli internet sitesinin 05.03.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Kudret Narı (Propolisli) Kapsül”, “Ginseng Tablet”, “Ginkgo Biloba Kapsül ”, “Üzüm Çekirdeği Kapsül", “Propolis Kapsül”*** ve ***“Aksuvit 80 Tablet Ginseng+ Arı Sütü+Polen+Propolis+C Vitamini”*** ve benzeri gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda **söz konusu gıda takviyesi ürünlerinin çeşitli hastalıkların tedavisinde kullanılacağı yönünde ifadelere yer verildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- 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 “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 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 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;

- 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 **Cuma Teknoloji Pazarlama Sanayi Ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2014/828**

**Şikayet Edilen:** **FCL Medikal Bilgi Teknolojileri Rent A Car Dan. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.hekimzade.gen.tr adresli internet sitesinde yer alan ***“Hekimzade Chilex”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.hekimzade.gen.tr** adresli internet sitesinin **24.12.2013** tarihli görünümünde yer alan; ***“Hekimzade Chilex”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yüzünüzün ve vücudunuzun belirli bölgelerinde bulunan çillerin görünümünden rahatsız olanlar için özel olarak formüle edilen Hekimzade Chilex, kısa sürede çillerden kurtulmanıza ve pürüssüz bir cilde kavuşmanıza yardımcı olmaktadır. Birçok kullanıcısı bulunan ürünün, belirlenen herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır. Ameliyatsız, iğnesiz ve ağrısız olarak, tamammen doğal bir ürün ile çillerden kurtulmak isteyenlerin tercih edebileceği Hekimzade Chilex, etkisini daha ilk kullanımdan gösterecektir. Safran distile suyu, damar otu distile suyu, kaar hindiba distile suyu, dulavrat otu distile suyu, nergis otu distile suyu ve barut ağacı distile suyu gibi içeriklerin birleşiminden elde edilen Hekimzade Chilex, tamamen bitkisel içerikli bir ürün olma özelliği ile içersinde kimyasal herhangi bir madde bulundurmamaktadır.*” şeklinde ifadelere verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.hekimzade.gen.tr** adresli internet sitesinin **24.12.2013** tarihli görünümünde yer alan; ***“Hekimzade Chilex”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yüzünüzün ve vücudunuzun belirli bölgelerinde bulunan çillerin görünümünden rahatsız olanlar için özel olarak formüle edilen Hekimzade Chilex, kısa sürede çillerden kurtulmanıza ve pürüssüz bir cilde kavuşmanıza yardımcı olmaktadır. Birçok kullanıcısı bulunan ürünün, belirlenen herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır. Ameliyatsız, iğnesiz ve ağrısız olarak, tamammen doğal bir ürün ile çillerden kurtulmak isteyenlerin tercih edebileceği Hekimzade Chilex, etkisini daha ilk kullanımdan gösterecektir. Safran distile suyu, damar otu distile suyu, kaar hindiba distile suyu, dulavrat otu distile suyu, nergis otu distile suyu ve barut ağacı distile suyu gibi içeriklerin birleşiminden elde edilen Hekimzade Chilex, tamamen bitkisel içerikli bir ürün olma özelliği ile içersinde kimyasal herhangi bir madde bulundurmamaktadır.”* 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/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **FCL Medikal Bilgi Tek. Rent A Car Danışmanlık San. Ve Tic. Ltd.Şti.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**17)**

**Dosya No: 2014/960**

**Şikayet Edilen:** **:** **Dermonet Elektronik ve Tic A.Ş**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.01.2015, 23.02.2015, 23.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** **www.eczanemizde.com** adresli internet sitesinin **19.01.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***“Bella B Little Bee Rub”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Burun tıkanıklığı ve nefes alma problemleri için rahatlatıcı krem.*** *Mentol içermez!, Burun tıkanıklığının giderilmesine ve rahat nefes almaya yardımcı olur, Sakinleştirici ve rahatlatıcı özelliği sağlar, Doğal bir nem verici ve nem tutucudur,* ***cildin iyileşme sürecini hızlandırır****, Nem tutucu özelliğe sahiptir,* ***Deri üzerinde iyileştirici****, nemlendirici etkisi vardır, İstenilen sıklıkta kullanılabilir. Göğüs ve boyun bölgesine uygulanması önerilir”* ifadelerine,

***“Bella B Bee Gone Cradle Cap Konak Şampuanı”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;  *“****Konak önleyici ve giderici şampuan.*** *Kuru kaşına* ***pul pul olmuş deriyi tedavi etmeye destek olur****,* ***İritasyonu yatıştırır, konağın tekrarlanmamasına yardımcı olur.*** *Cildi yumuşatır ve ferahlatır, Cildi nemlendirir, Cildi Yumuşatır, Cildi Yatıştırır, Her banyo ve duşta kullanılabilir. Hassas ciltlerde de önerilir. ”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu internet sitesinin **20.01.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Mustela Stretch Marks intensive Action”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Uyarıcı fizyolojik etkiye sahip peptidler sayesinde, cildi destekleyen ancak dokulardaki gerilme ve şişme sonucu hasar görmüş elastin ve kollajen lifleri yeniden şekillendirir,******AHA, Silicium ve B5 Vitamini sayesinde hücreleri aktif olarak uyarır ve doku yenilenmesini destekler,*** *Alerjik reaksiyon riskini minimuma indirmek üzere hipoalerjenik olarak üretilmiştir, Gerekli hijyenik önlemleri almaya özen göstermek kaydı ile, emzirme döneminde kullanılabilir, Ultrasonogram uygulamaları ile uyumludur, Jinekolojik testlerden geçirilmiştir”* ifadelerine ve

***“Bio-Oil Cilt Bakım Yağı”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “***Bio‑Oil ciltteki iyileşmiş yara izlerinin, çatlak izlerinin ve cilt lekelerinin görünümünü düzeltmeye yardımcı olmak için önerilen özel bir cilt bakım ürünüdür.*** *Yaşlanma belirtileri gösteren ve nemsiz ciltler için de önerilir. Bio‑Oil tüketicileriyle buluştuğu 2002&rsquoden beri kazandığı 135 cilt bakım ödülü ile yara ve çatlak izleri için 17 ülkede 1 numaralı cilt bakım yağı olmaya devam etmektedir. Özel olarak geliştirilmiş PurCellin Oil içerir. Bio‑Oil, formülünde bitki özleri ve vitaminleri bir araya getiren bir cilt bakım yağıdır. İçeriğinde çok özel bir etken madde olan PurCellin Yağı&trade, bulunmaktadır. Bu yağ, içeriğindeki bitki özlerinin ve vitaminlerin faydalarının cilt tarafından kolayca emilmesini sağlar. Hafif yapısı sayesinde yağlı bir his bırakmaz. Bio‑Oil, Avrupa Parlamentosu Yönetmeliği ve Kozmetik Ürünleri Konseyinin güvenlik denetimlerine tabidir. Toksikolojik profili, kimyasal yapısı, bileşimi ve içeriğindeki etken maddelerin günlük maruz kalınan dozu değerlendirilmiş hamileler de dahil olmak üzere herkesin kullanımı için güvenli bulunmuştur. Bio‑Oil, hayvanlar üzerinde test edilmeden üretilen kozmetik ürünlerinin bağlı olduğu uluslararası bir topluluk olan Beauty Without Cruelty&rsquonin üyesidir. Bio‑Oil Dünya Sağlık Örgütü tarafından öngörülen cGMP (mevcut İyi Üretim Uygulamaları) uygun olarak imal edilmektedir. İçeriğindeki tüm etken maddeler üretim öncesinde tahriş ve mikrobiyolojik kontaminasyon açısından test edilmiş, üretilen her partiden alınan bir örnek laboratuvarlarda test edilmiş, muhafaza edilerek 5 yıl boyunca gözlemlenmiştir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

***www.eczanemizde.com*** adresli internet sitesinin **23.02.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Tüy Azaltmaya Yardımcı Vücut Losyonu cilt tahrişini önleyerek,* ***tüylerinizden kurtulmanıza yardımcı vücut losyonu***. *Kıl ve ten rengi ayırt etmeksizin kullanılabilir. 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****.”* ifadelerine ve

***“Cosmed Body Care Anti Selülit Losyon”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cosmed Selülit Sorunlarında Yardımcı Losyon içerisinde bulunan* ***% 100 bitkisel etken madde PHYTOSONICTM****, portakal kabuğu görünümüne sebep* ***olan yağ hücrelerini parçalar, yeniden şekillendirir.******Serbest kalan yağ, lenf yoluyla vücuttan atılır****.* *Cildin yüzeyine yakın olan yağ hücrelerinin* ***vücuttan atılmasıyla ileri seviyedeki portakal kabuğu görünümü giderilir****. Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı* ***ile yeni yağ hücreleri oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. Kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına, baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacminin azalmasına katkıda bulunur.*** *Yoğun nemlendirici özelliği ile pürüzsüz ve yumuşak bir cilt sağlar*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **www.eczanemizde.com** adresli internet sitesinin **19.01.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***“Bella B Little Bee Rub”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Burun tıkanıklığı ve nefes alma problemleri için rahatlatıcı krem.*** *Mentol içermez!, Burun tıkanıklığının giderilmesine ve rahat nefes almaya yardımcı olur, Sakinleştirici ve rahatlatıcı özelliği sağlar, Doğal bir nem verici ve nem tutucudur,* ***cildin iyileşme sürecini hızlandırır****, Nem tutucu özelliğe sahiptir,* ***Deri üzerinde iyileştirici****, nemlendirici etkisi vardır, İstenilen sıklıkta kullanılabilir. Göğüs ve boyun bölgesine uygulanması önerilir”* ifadelerine ve ***“Bella B Bee Gone Cradle Cap Konak Şampuanı”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;  *“****Konak önleyici ve giderici şampuan.*** *Kuru kaşına* ***pul pul olmuş deriyi tedavi etmeye destek olur****,* ***İritasyonu yatıştırır, konağın tekrarlanmamasına yardımcı olur.*** *Cildi yumuşatır ve ferahlatır, Cildi nemlendirir, Cildi Yumuşatır, Cildi Yatıştırır, Her banyo ve duşta kullanılabilir. Hassas ciltlerde de önerilir. ”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu internet sitesinin **20.01.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Mustela Stretch Marks intensive Action”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Uyarıcı fizyolojik etkiye sahip peptidler sayesinde, cildi destekleyen ancak dokulardaki gerilme ve şişme sonucu hasar görmüş elastin ve kollajen lifleri yeniden şekillendirir,******AHA, Silicium ve B5 Vitamini sayesinde hücreleri aktif olarak uyarır ve doku yenilenmesini destekler,*** *Alerjik reaksiyon riskini minimuma indirmek üzere hipoalerjenik olarak üretilmiştir, Gerekli hijyenik önlemleri almaya özen göstermek kaydı ile, emzirme döneminde kullanılabilir, Ultrasonogram uygulamaları ile uyumludur, Jinekolojik testlerden geçirilmiştir”* ifadelerine ve

***“Bio-Oil Cilt Bakım Yağı”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “***Bio‑Oil ciltteki iyileşmiş yara izlerinin, çatlak izlerinin ve cilt lekelerinin görünümünü düzeltmeye yardımcı olmak için önerilen özel bir cilt bakım ürünüdür.*** *Yaşlanma belirtileri gösteren ve nemsiz ciltler için de önerilir. Bio‑Oil tüketicileriyle buluştuğu 2002&rsquoden beri kazandığı 135 cilt bakım ödülü ile yara ve çatlak izleri için 17 ülkede 1 numaralı cilt bakım yağı olmaya devam etmektedir. Özel olarak geliştirilmiş PurCellin Oil içerir. Bio‑Oil, formülünde bitki özleri ve vitaminleri bir araya getiren bir cilt bakım yağıdır. İçeriğinde çok özel bir etken madde olan PurCellin Yağı&trade, bulunmaktadır. Bu yağ, içeriğindeki bitki özlerinin ve vitaminlerin faydalarının cilt tarafından kolayca emilmesini sağlar. Hafif yapısı sayesinde yağlı bir his bırakmaz. Bio‑Oil, Avrupa Parlamentosu Yönetmeliği ve Kozmetik Ürünleri Konseyinin güvenlik denetimlerine tabidir. Toksikolojik profili, kimyasal yapısı, bileşimi ve içeriğindeki etken maddelerin günlük maruz kalınan dozu değerlendirilmiş hamileler de dahil olmak üzere herkesin kullanımı için güvenli bulunmuştur. Bio‑Oil, hayvanlar üzerinde test edilmeden üretilen kozmetik ürünlerinin bağlı olduğu uluslararası bir topluluk olan Beauty Without Cruelty&rsquonin üyesidir. Bio‑Oil Dünya Sağlık Örgütü tarafından öngörülen cGMP (mevcut İyi Üretim Uygulamaları) uygun olarak imal edilmektedir. İçeriğindeki tüm etken maddeler üretim öncesinde tahriş ve mikrobiyolojik kontaminasyon açısından test edilmiş, üretilen her partiden alınan bir örnek laboratuvarlarda test edilmiş, muhafaza edilerek 5 yıl boyunca gözlemlenmiştir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

***www.eczanemizde.com*** adresli internet sitesinin **23.02.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Cosmed Tüy Azaltmaya Yardımcı Vücut Losyonu cilt tahrişini önleyerek,* ***tüylerinizden kurtulmanıza yardımcı vücut losyonu***. *Kıl ve ten rengi ayırt etmeksizin kullanılabilir. 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****.”* ifadelerine ve

***“Cosmed Body Care Anti Selülit Losyon”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cosmed Selülit Sorunlarında Yardımcı Losyon içerisinde bulunan* ***% 100 bitkisel etken madde PHYTOSONICTM****, portakal kabuğu görünümüne sebep* ***olan yağ hücrelerini parçalar, yeniden şekillendirir.******Serbest kalan yağ, lenf yoluyla vücuttan atılır****.* *Cildin yüzeyine yakın olan yağ hücrelerinin* ***vücuttan atılmasıyla ileri seviyedeki portakal kabuğu görünümü giderilir****. Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı* ***ile yeni yağ hücreleri oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. Kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına, baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacminin azalmasına katkıda bulunur.*** *Yoğun nemlendirici özelliği ile pürüzsüz ve yumuşak bir cilt sağlar”* ifadelerine yer verildiği,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve **etkileri geçici olan** ürünler olması gerektiği; **bu nedenle yukarıda yer verilen tanıtımlardaki *altı çizili* ifadelerin ve *www.eczanemizde.com* adlı internet sitesinde yer alan diğer muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin benzer nitelikli tanıtımların 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/a, 5/b, 5/c, 5/ç ve 5/d 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 ncı ve 32 inci maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**18)**

**Dosya No: 2015/154**

**Şikayet Edilen:** **Özel Teras Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/03/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.terasdental.com](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.terasdental.com) adresli internet sitesinde; *“ (...) Teras Dental, ISO 9001:2008 Kalite Belgesi’nin gerekleri baz alınarak hizmet vermektedir. (...) Kliniğimize gelen pek çok hastamız düzenli olarak dişlerini fırçaladıklarını söylemelerine rağmen ağız hijyeni konusunda yetersiz bir görüntü sergilemektedirler. Yapılan birinci yanlış dişlerin düzenli fırçalanmaması ikinci yanlış ise fırçalama süreleri ve yöntemidir. Bu nedenle kliniğimizde öncelikle ağız bakımı konusunda hastalarımızı eğitiyoruz. Ağızlarına uygun fırçalama metodları ve ağız bakım ekipmanları hakkında bilgilendiriyoruz. (...) Ortodontik Tedaviyi Neden Yaptırmalısınız ... Çocuğunuzun Yüz Gelişimini Yakından İzleyin! İyi Bir Gülümseme Hayatta Sizi Bir Adım Öne Çıkarır (...) Eğer ağızda yeterince dayanak diş veya implant varsa yaptığımız çıkmayan köprülerle sizlere doğal dişlerinize çok yakın bir konfor sunabilmekteyiz. Yeterince dayanak diş olmadığında takılıp çıkarılabilen protezlerle fonksiyon ve estetiği tamamlamaktayız. Bunun yanı sıra diş eksikliği olmasa bile estetiği düzeltmek amacıyla mevcut dişlerin üzerine yapılan porselen kaplamalarla yeni bir gülüş estetiği kazandırabiliyoruz. Bu tip tedavilerde en revaçta olan kaplama şekli, dişlerde daha az madde kaybı yaptığımız porselen laminalardır. Tüm protez çeşitleri içerisinde zirconium kaplamalar kliniğimizde en çok başvurduğumuz tedavi seçenekleri arasındadır.* *(...)”* şeklinde ifadeler ile söz konusu kuruluşa ait görsellere ve videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait [www.terasdental.com](file:///D:\Users\20228359674\Desktop\www.terasdental.com) adresli internet sitesinde talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere, görsellere ve videolara yer verildiği, 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,

-03/02/2015 tarihli ve 29256 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

-10/01/2015 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,

Buna göre, reklam veren **Teras Özel Ağız Diş ve Genel Sağlık Hizmetleri Turizm Tic. Ltd. Şti. (Özel Teras Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2015/266**

**Şikayet Edilen:** **Nova Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23/02/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.novaizmir.com](http://www.novaizmir.com) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasında; *“ (…)* *Biz Nova olarak inanıyoruz ki; Diş hekimliğinde, teşhis ve planlama tedavinin temeli, en önemli aşamasıdır ve bu plan kişiye özeldir. Teşhis ve planlama bizi amacımıza yönlendirir. Tedavi planı hastanın durumu, ihtiyaçları ve beklentileri göz önüne alınarak en kısa sürede en güzel sonucu alacak şekilde yapılmalıdır ve bu amaca uygun tedavi seçilmelidir. Önemli olan hastanın beklentileriyle hekimin hastaya uygulayacağı tedavinin birbiriyle uyumlu olmasıdır. (...) Doğru protetik planlama, klinik şartların uygunluğu (gerekli cerrahi malzeme ve sterilizasyon koşullarının hazır olması), yeterli cerrahi becerinin gösterilmesi, yıllara ve çok sayıda vakaya bağlı olarak, klinik güvenilirliği kanıtlanmış implant markalarının tercih edilmesi ve üst yapı (implant üstü protez ) yapılırken de aynı özenin ve becerinin sürdürülmesi tedavi başarımızı yüksek tutan temel kriterlerimizdir. (...) Yapılan bilimsel çalışmalarda implant başarısının %90-100 arasında değiştiği gösterilmiştir. Ancak her tür tıbbi müdahalede olduğu gibi implantlar için de garanti vermek mümkün değildir. Ancak kliniğimizde tedavi başarısını artırmak için gerekli koşullar son derece özenle bir araya getirilir. (...)”* şeklinde ifadeler ile söz konusu kuruluşa ait görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait [www.novaizmir.com](http://www.novaizmir.com) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasında yer alan ifade ve görseller ile söz konusu kuruluş lehine talep yaratıldığı ve kuruluşa yönlendirme yapıldığı, 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,

-03/02/2015 tarihli ve 29256 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

-10/01/2015 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,

Buna göre, reklam veren **Dr. Dt. Mehmet SARIOĞLU & Dr. Dt. Cemal Aydın SARAÇ (Özel Nova Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2014/87**

**Şikayet Edilen: Özel İnci Göz Hastanesi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09/04/2015, 17/02/2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** **:** [www.incigoz.com.tr](http://www.incigoz.com.tr) adresli internet sitesinde; *“(...) Vizyonumuz - Sürekli gelişimin bir hizmet felsefesi olduğunu kabul ederek, hastalarımızı, çevreyi ve çalışanlarımızı korumak için gerekli önlemleri alarak ve toplumda kaliteli sağlık hizmeti bilincini oluşturarak, göz sağlığı alanında tercih edilen ve referans olarak gösterilen marka bir kurum olmak. Misyonumuz - Göz sağlığı alanında güvenilir, mesleki değerleri olan ve güler yüzlü hizmet anlayışını benimseyen uzman bir kadro ile son teknolojiyi kullanarak, sürekli gelişen bir kalite anlayışında, çalışan ve hasta memnuniyetini sağlayan hizmeti çevreyi de koruyup gözeterek vermek. Kalite Politikası - Hasta, hasta yakını ve çalışan güvenliği ve memnuniyetine odaklı bir hizmet anlayışı içinde olmak, Hasta ve hasta yakınlarının haklarını koruyarak, tedavinin her aşamasında bilgilendirmek ve eğitmek, Çalışanlarımızın gelişimini sağlamak için sürekli eğitmek, Çağdaş ve modern tıbbın son imkanlarını kullanmak, Çevre ve İSİG Mevzuatlarına, yasa, yönetmelik, standart ve ahlaki değerlere uygun bir sağlık hizmeti vermek, Hizmet kalitemizi yükseltmek, atıklarımızı, meslek hastalıklarını ve iş kazalarını azaltmayı benimseyerek kalite, çevre, sağlık ve güvenlik performansımızı sürekli iyileştirmek. (...) Geçmişte yapılmış olan başarılı projelerden esinlenerek, sektörün ve Türkiye'nin şartlarını da göz önüne alarak, bilgi ve tecrübelerini paylaşmak üzere 2003 yılında poliklinik olarak hizmet vermeye başlamışlardır. (...) 3 kurucu hekimin girişimleri ile başlayan hizmet süreci genç dinamik bir kadro ile devam etmektedir. (...) En iyi hasta memnuniyetini sağlamak için kurulan Özel İnci Göz Hastanesi, kısa sürede bölgesinde göz hastalıkları alanında tanınmış ve ciddi bir hasta portföyüne sahip olmuştur. (...) Hastanemizde FDA onaylı mercekler kullanılmaktadır. Katarakt ameliyatında kullanılan merceklerle ameliyatta sonra hastanın gözlüksüz uzağı görmesini ve yakın için gözlük kullanmasını planlıyoruz. Bazı hastalarımızda ameliyattan sonra düşük numaralar da olsa uzak gözlüğüne ihtiyaç duyabilirler. (...) Hastanemizde 3 yıldır Vitro-Retinal Cerrahi tüm işlemler uygulanmaktadır. (...)”* şeklinde ifadeler ile söz konusu kuruluşa ait görsellere ve videolara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait [www.incigoz.com.tr](http://www.incigoz.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ifadeler, görseller ve videolar ile söz konusu kuruluş lehine talep yaratıldığı ve kuruluşa yönlendirme yapıldığı, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

-10/01/2015 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,

Buna göre, reklam veren **Özel Ada Lazer Sağ. Hiz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel İnci Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2015/151**

**Şikayet Edilen:** **Dentiz Özel Diş Sağlığı Hiz. Ltd. Şti. (Özel Denttiz Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinde, “Diş Kliniğimiz” başlığı altında muayenehanenin fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ağız ve diş sağlığı hizmeti sunan kuruluşların açılışları, faaliyetleri ve diğer işlemlerine ilişkin usul ve esasların Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik hükümlerine tabi olduğu,

Adı geçen Yönetmeliğin 25 inci maddesinin, ağız ve diş sağlığı hizmeti sunan kuruluşların bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin hükümleri düzenlediği, bu bağlamda Yönetmeliğin ilgili maddesi gereği, bu tür sağlık kuruluşlarının reklam yapamayacakları; diğer taraftan, ağız ve diş sağlığını koruyucu ve geliştirici nitelikte bilgilendirmeler yapabilecekleri, ayrıca kuruluşlarının açılışı, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili olarak toplumu bilgilendirme amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri,

Bu bağlamda inceleme konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin, yukarıda yer alan mevzuata uygun olarak hazırlandığı ve söz konusu bilgilendirmelerin talep yaratıcı nitelikte ve “reklam” olarak değerlendirilemeyeceği kanaatine varılarak, söz konusu reklamların mevzuata aykırılık teşkil etmediği anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2015/269**

**Şikayet Edilen:** **Özel Coşkun Medikal Ağız ve Diş Sağ. Pol. Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.** (**Özel Coşkun Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinde, muayenehanenin ve kullanılan alet ve teçhizatın fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ağız ve diş sağlığı hizmeti sunan kuruluşların açılışları, faaliyetleri ve diğer işlemlerine ilişkin usul ve esasların Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik hükümlerine tabi olduğu,

Adı geçen Yönetmeliğin 25 inci maddesinin, ağız ve diş sağlığı hizmeti sunan kuruluşların bilgilendirme ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin hükümleri düzenlediği, bu bağlamda Yönetmeliğin ilgili maddesi gereği, bu tür sağlık kuruluşlarının reklam yapamayacakları; diğer taraftan, ağız ve diş sağlığını koruyucu ve geliştirici nitelikte bilgilendirmeler yapabilecekleri, ayrıca kuruluşlarının açılışı, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili olarak toplumu bilgilendirme amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri,

Bu bağlamda inceleme konusu internet sitesinde yer alan bilgilerin, yukarıda yer alan mevzuata uygun olarak hazırlandığı ve söz konusu bilgilendirmelerin talep yaratıcı nitelikte ve “reklam” olarak değerlendirilemeyeceği kanaatine varılarak, söz konusu reklamların mevzuata aykırılık teşkil etmediği anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2015/411**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Dt.** **Tunç AKMAN (Bodrum Ortodonti Muayenehanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait internet sitesinin 27.03.2015 tarihli görünümünde;

“Hoşgeldiniz” başlığı altında; *“Muğla ili Bodrum ilçesinde, diş sağlığı, diş tedavileri ve ortodonti üzerine hizmet veren muayenehanem, diş ile ilgili her türlü ihtiyacınızı, en gelişmiş ekipmanlar kullanarak, en iyi şekilde gidermek için hazırlanmıştır.2000 yılından beri aktif faaliyette olan muayenehanede, 1 diş hekimi, 1 asistan olmak üzere toplamda 2 kişi çalışıyor…”,*

“Hakkımda” başlığı altında; “*BODRUM ORTODONTİ MUAYENEHANESİ yaklaşık 30 yıldır sağlık alanında tecrübe kazanmış Diş Hekimimiz Ortodontist Tunç AKMAN tarafından oluşturulmuştur. Ağız ve diş sağlığının son derece önemli ve incelikli tedavilerinin tam teşekküllü, uzmanlığını sadece "ortodonti" sahasında geliştirmiş bir muayenehanede yapılmasının gerekliliğini biliyoruz."Ağız ve diş sağlığı" hizmetlerini tam donanımlı ünitesi ve uzman diş hekimi ile sunmak amacıyla kurduk.Yurtdışından gelen hastalarımızın "ortodonti" ile ilgili sorunlarını çözerken, tarihi ve doğal güzellikleriyle dünyaca ünlü Bodrum'u tanıma fırsatını sunamanın grurunu taşıyoruz. İnsanın sahip olduğu en önemli değer olan sağlığın vazgeçilmezi "sterilizasyon ve temizlik" konusunda resmi mevzuatlara uygun sağlık hizmeti sunmayı amaçlayan bir anlayışa sahibiz…”,*

*“*Neden ortodonti?*”* başlığı altında; *“…Ağız ve diş sağlığı" hizmetlerini tam donanımlı ünitesi, röntgen görüntüleme, ağız içi görüntüleme ve uzman diş hekimi ile sunmak amacıyla BODRUM ORTODONTİ MERKEZİ’ni kurduk…”*

ifadelerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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 Nizamnamesi’nin 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,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No: 2015/155**

**Şikayet Edilen:** **Özel İzdent Ağız ve Diş Sağ. Pol. Med. Tic. Ltd. Şti. (Özel İzdent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [Anılan](http://www.iceestetik.com/index.htm) internet sitesinin 11.03.2015 tarihli görünümünde; ”*Kliniğimiz”* başlığı altında muayenehanenin ve kullanılan alet ve teçhizatın fotoğraflarına yer verildiği;

“Ozon tedavisi” başlığı altında; *“Yapılan araştırmaların tamamında hiçbir yan etki gözlenmemiştir…Tamamen ağrısız ve acısız bir işlem olduğundan hasta korkusu ve travma ortadan kalkmıştır…Hasta memnuniyetini artırır...Güvenli “iyi hissetme” gerçekleşir…Çocuk hastaların tedavisi yaşamları boyunca ağız sağlıklarını destekleyici nitelikte olacaktır…”,*

“Porselen laminent veneer” başlığı altında; “*Porselenden imal edilen bu kaplamalar ince, yarı geçirgen bir tabakadır. Mevcut bir diş üzerine mükemmel bir uyum ve hassasiyetle hazırlanıp yerleştirilirler…”,*

*“Protez”* başlığı altında*; “Protez diş, çekilen dişin yerine takılan ve diş fonksiyonu gören tüm takma dişlere denir. Halk arasında genelde porselen dişler protez sanılır. Bu bilginin aksine porselen dişin yanında kuron, köprü, çivi diş, implant diş, takma diş ve kancalı dişte protez diştir. İzmir de bulunan İzdent Ağız ve Diş Sağlığı merkezi protez diş konusunda uzman hekimleri ile en iyi hizmeti sağlamaktadır.”,*

*“Estetik diş hekimliği”* başlığı altında; *“Artık insanlar sağlıklarının yanında görünüşlerine de büyük bir önem vermektedirler. Bunların en başında yüz ve diş görünümü en başta gelmektedir. Diş estetiği, kişinin diş yapısını ve görüntüsünü daha düzgün bir hale getirmek için yapılır. İzmir de bulunan İzdent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi uzman estetik diş hekimleriyle size istediğiniz gülüşü sağlayabilir.”,*

*“Çocuk dişleri”* başlığı altında*; “Çocuklarda ve bebeklerde oluşan ağız ve diş sağlığı problemleri zamanında önlem alınmazsa eğer ilerleyen yaşlarda ciddi problemlere yol açmaktadır. Bu problemlerin başlıcaları dişlerin bozuk çıkması, dişlerde şekil bozukluğu ve dişlerin erkenden çürümesidir. İzmir de bulunan İzdent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi çocuğunuzun ileride dişlerinden problem yaşamaması için uzman hekimleri ile en iyi şekilde hizmet vermektedir.”,*

ifadelerinin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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 Nizamnamesi’nin 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,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel İzdent Ağız ve Diş Sağ. Pol. Med. Tic. Ltd. Şti. (Özel İzdent 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.

**25)**

**Dosya No: 2015/321**

**Şikayet Edilen:** **Şeyda ATABAY YILDIZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [Anılan](http://www.iceestetik.com/index.htm) internet sitesinin 12.03.2015 tarihli görünümünde;

“*Hasta yorumları”* başlığı altında kuruluşunuzu öven ifadelerin bulunduğu,

“*Hakkında*” başlığı altında, “*1996 yılında İZMİR EGE ÜNİVERSİTESİ TIP FAKÜLTESİ'ne en yüksek puanla birinci olarak girmiş olup (…) İZMİR ATATÜRK EĞİTİM VE ARAŞTIRMA HASTANESİ'nde 2002-2008 yıllarında Göz Hekimi asistanlığını Göz Konjonktivası Tümörleri ve Tedavisi konusunda yaptığı tez sonucu başarı ile tamamlamış olup (…) İzmir ilinin Bornova semtinde en son teknoloji cihazlarla donatılmış, modern bir göz sağlığı merkezi olan Maya Göz Sağlığı ve Cerrahisi Merkezini kurmuştur.”,*

“*Plusoptix ile Göz Muayenesi”* başlığı altında; “*Kliniğimizde Plusoptix cihazımız ile çocuk ve bebeklere göz muayenesi yapılmaktadır. Bu sayede oyun oynar gibi bebeklere ve çocuklara göz muayenesi çok rahat bir şekilde yapılabilmektedir. Bir çok bebek ve çocuk muayene sırasında hekimden ve cihazlardan korkabilir ve direnç gösterebilir bu durumda merkezimde kullanılan plusoptix cihazımız sayesinde çok rahat bir şekilde muayenemizi gerçekleştirebilmekteyiz. Cihaz 1 metre uzaklıktan ve hiçbir şekilde hastaya dokunmadan eğlenceli görüntüsü ile çalışmaktadır ve kolay bir şekilde hastanın görme kusurlarını tespit etmektedir*…” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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 Nizamnamesi’nin 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,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2015/268**

**Şikayet Edilen:** **Creadent Sağlık Hizm. Ltd. Şti. (Özel Karşıyaka Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [Anılan](http://www.iceestetik.com/index.htm) internet sitesinin 05.03.2015 tarihli görünümünde;

*“Kompozit dolgu”* ve *“En iyi Dolgu türü hangisidir?”* başlıkları altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

Ana sayfada; *“Sağlıklı dişlerle GÜZEL GÜLÜŞLER… Karşıyaka Dental, hasta güvenliğini ön planda tutmak ve çağdaş bilgi ve son teknolojiyi kullanarak üst düzey sağlık hizmetlerini etik değerlerden ödün vermeksizin sağlamak hedefiyle yola çıkmıştır.”,*

*“Hakkımızda”* başlığı altında*; “Polikliniğimizde hastalarımızın konforu öncelikle üzerinde durulan hususlardan biridir. İşinde profesyonel olmanın yanı sıra teknolojik yenilikleri de takip ederek tedavi, endodonti, pedodonti, ortodonti, periodontoloji, implant, çene cerrahisi, protez, diş beyazlatma ve estetik diş hekimliği hizmetleri verilmektedir. Ağız içi hastalıklarının -özellikle diş ve çene kemiği gibi sert doku ile ilgili olanların- teşhisinde en büyük yardımcı, dental radyografiler yani diş filmleridir. Diş filmlerinin de en çok kullanılan iki tipi; periapikal (2-3 dişi gösteren, küçük) ve panoramik (tüm alt ve üst dişleri ve çene kemiklerinin tamamını gösteren, büyük) röntgenlerdir. Kliniğimizde panaromik röntgen hizmeti de verilmektedir. Hastalarımıza röntgenleri anında dijital olarak CD içerisinde verilmekte veya isteyen hastalarımıza elektronik posta olarak gönderilmektedir. Panoramik röntgen ile dişlerin tamamının görüntülenmesi sağlanır. Dişler ile çevre dokularla beraber tüm üst-alt çene ve çene eklemlerinin incelenmesi sağlanır. İmplantlar, gömülü dişler, küçük kistler..v.b. işlemlerin uygulanabilmesi amacıyla kullanılan bir görüntüleme işlemidir. Ağız içi rahatsızlıklarının nedeninin tespit edilmesinin yanı sıra ileride ortaya çıkabilecek hastalıklar için de ön teşhis işlemleri gerçekleştirilir. Erken teşhis ile koruyu ve önleyici tedaviler ile sorunların en aza indirgenmesi amaçlanır. Hastalarımızın ilk kayıtları alındıktan sonra, muayeneleri ayrıntılı olarak yapılmaktadır. Daha sonra tedavi ihtiyaçlarına uygun olarak gerekirse röntgen alınmakta, tedavi planı tespit edilmektedir. Yapılan teşhise uygun olarak, tedavi planı ve süresi ile ilgili hastalarımızın tüm sorularına cevap vermek kliniğimizdeki hekimlerimizin görevidir. Karşıyaka Dental, hasta güvenliğini ön planda tutmak ve çağdaş bilgi ve son teknolojiyi kullanarak üst düzey sağlık hizmetlerini etik değerlerden ödün vermeksizin uygun ekonomik koşullarda sağlamak hedefiyle yola çıkmıştır.”,*

*“Diş hekimliğinde evrensel hijyen kriteri”* başlığı altında; “*Diş hekimliği ağız içi çalışma alanı ve bu ortamda yapılan işlemlerin niteliği gereği sterilizasyon kurallarının eksiksiz uygulanmasını zorunlu kılar. Kliniğimizde tüm el aletleri ve tedavi enstrümanları özel temizleyicilerde dezenfekte edildikten sonra steril edilir. Sterilize edilemeyen eldiven, maske, bardak, hasta önlüğü gibi ürünler tek kullanımlıktır, yalnızca bir hastada kullanıldıktan sonra atılır. Hekimlik bilincimiz ve insani sorumluluğumuz sanki o koltukta kendimiz oturuyormuşuz gibi tüm sterlizasyon kurallarına uymayı, hastalarımızı olası enfeksiyon risklerinden uzak tutmayı ve güvenli bir ortamda sağlık hizmeti vermeyi bizlere ilke edindirmiştir. Her hastadan önce ve sonra eller yıkanır. Tek kullanımlık eldivenler kullanılır…Tedavi sırasında kullanılan aletler dezenfektan solüsyonda bekletildikten sonra ultrasonik banyoda tüm birikintilerden arındırılır…Bütün bu aletler poşetlendikten sonra otoklava atılarak basınçlı buharla steril edilir ve poşetle muhafaza edilir...Bakteri – virüs geçisini ve çapraz enfeksiyonu önlemek için maske kullanılır...Dolgu yaparken ya da diş keserken kullanılan küçük elmas uçlar yani frezler her kullanımdan sonra dezenfektan solüsyonun içinde bekletilir ve ardından otoklava koyulur. Böylece bakteri ve virüsler yok edilir… Hekim ve yardımcı ekibin tedavi sırasında kullanabileceği ışıkkaynağı, hastakoltuğu, hava-su spreyi, başlıklar ve tüm yüzeyler tedavi sonrası kimyasal dezenfektanlarla silinir...Çapraz enfeksiyonun önlenmesi için tek kullanımlık ürünler,yani enjektör, kağıt bardak, hasta önlüğü, eldiven vs. kullanılır ve özel bir yerde saklanıp belediyenin“tıbbiatıktoplayan” aracına teslim edilir.”,*

ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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 Nizamnamesi’nin 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,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Creadent Sağlık Hizm. Ltd. Şti. (Özel Karşıyaka Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2015/267**

**Şikayet Edilen:** **Çamlıkaya Özel Ağız ve Diş Sağ. Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Turkuaz Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [Anılan](http://www.iceestetik.com/index.htm) internet sitesinin 11.03.2015 tarihli görünümünde;

“*İmplant tekniği”* ve *“Dolgu teknolojileri”* başlıkları altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerinin bulunduğu,

*“Hekimlerimiz”* balığı altındaTalat ÇAMLIKAYA, Alev PEKER ve Berk ÇAKANDİKİCİ’ye ait özgeçmişlerinde adı geçen şahısların kendilerini övücü nitelikte tanıtımların yer aldığı,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan 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 Nizamnamesi’nin 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,

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çamlıkaya Özel Ağız ve Diş Sağ. Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Turkuaz 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.

**28)**

**Dosya No: 2015/528**

**Şikayet Edilen:** **Ayşe ŞUYUN (3A Estetik Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.3aestetik.com](http://www.3aestetik.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 27.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"IPL Epilasyon, İğneli Epilasyon, Kimyasal Peeling, Leke Tedavisi, Roller "* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

-“Roller” bölümünde hasta öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi,

- 10/01/2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ,7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ayşe ŞUYUN (3A Estetik Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2015/511**

**Şikayet Edilen:** **Esra DEDE** (**Seriyas Estetica Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 02.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Kavitasyon, Epilasyon,”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca *;” LAZER EPİLASYON TÜM VÜCUT 1500 TL…KAVİTASYON. 10 SEANS BÖLGESEL İNCELME 700TL DEĞİL SADECE 450 TL…”* gibi bu işlemlere yönelik fiyatların da belirtildiği,

- İlgili mevzuatta “Güzellik Merkezi” şeklinde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, bu nedenle firmanın isminin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

- “Hakkımızda” başlığı altında; *“Seriyas Estetica Güzellik Merkezi uzun yıllar Estetik ve Güzellik sektöründe edindiği tecrübe ve uzman kadrosuyla Ankara’da  8 yıldır hizmet vermeye devam ediyor. Temel ilkesi, en kaliteli ürün ve en iyi hizmeti vermek olan Seriyas Güzellik Salonu, kalitesi ile tanınan, dünyaca ünlü firmaların ürünlerini kullanmakta ve sektörde çıkan her türlü yeniliği dünya ile aynı anda müşterilerin beğenisine sunmaktadır. Seriyas Estetica  Güzellik Merkezi, siz değerli müşterine sıcak ve sevgi dolu bir ortamda bütçenizi de üzmeden size yönelik çözümleri ile sizleri bekliyor…”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Esra DEDE (Seriyas Estetica Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2015/508**

**Şikayet Edilen:** **İTD Güzellik Merkezi Koz. Med. Eğt. Tur. Tic. Ltd. Şti Aden Şubesi (Aden Güzellik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 29.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Kavitasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca bu işlemlere yönelik fiyatların da belirtildiği,

-Kuruluşun isminin “Aden Güzellik” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İTD Güzellik Merkezi Koz. Med. Eğt. Tur. Tic. Ltd. Şti Aden Şubesi (Aden Güzellik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2015/622**

**Şikayet Edilen:** **Saliha ÜNAL (Beautyline Güzellik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 29.05.2015 tarihli görünümünde, sunulan hizmetler arasında; *"Bölgesel İncelme (Kavitasyon), Epilasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**32)**

**Dosya No: 2015/497**

**Şikayet Edilen:** **Serhat AYTEN (Eslavita Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 01.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Kavitasyon, IPL Epilasyon, Kimyasal Peeling, Roller Uygulaması"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca bu işlemlere yönelik fiyatların da belirtildiği,

-“Hakkımızda” başlığı altında; “*Eslavita Güzellik Salonu çeşitli uygulamaları ile hizmet yelpazesini teknolojiyi takip ederek devamlı genişletmektedir...İyi hizmet vermeyi ilke edinerek; Bölgesel İncelme, Kavitasyon, Radyofrekans, Lenf Drenaj, Pasif Jimnastik, Selülit Bakımı, Cilt Bakımı, Epilasyon, Depilasyon, Kaş Dizaynı, Manikür, Pedikür, Kalıcı Oje, Kalıcı Makyaj, Profesyonel Makyaj, El-Ayak Bakımı, Batık Tırnak Bakımı, Manikür, Pedikür, Kaş ve Kirpik uygulamalarını sizlere sunmaktadır*…” ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2015/527**

**Şikayet Edilen:** **Aysun REZAİ (Epilaform)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 22.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun isminin *“EPİLAFORM"* olarak nitelendirilerek kuruluşunuzun türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği,

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon, Botoks, Kimyasal Peeling, Selülit Tedavisi, Leke Tedavisi "* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

- Ana sayfada ; “*Değişime hazır mısınız?...Epilaform Etkisi. Kendinizi zinde, canlı ve cool hissetmek için bizimle tanışın. Kendinizi beğenin…Keşifler. Kendinizi keşfedin…Uzman ellerde nasıl değişebileceğinize inanamayacaksınız…Epilaform. Siz hala istemediğiniz tüylerden kurtulamadığınız için çok mu dertlisiniz? Gelin Epilaform’a artık hayatınız boyunca onlar dert olmaktan çıksın. Tertemiz ipek gibi bir tenininiz olsun…Kurtulun…”,*

- Hakkımızda başlığı altında; “*Merhaba;Şimdi sizlere;-' Alanımızda 1 numarayız'-' Dünyanın en iyi hizmetini veriyoruz'- 'Olmazsa olmazlarımız var'-'Kosulsuzuk ilkesi'..vb.Evet bunlar birçok reklamda gördüğünüz pazarlama esintileri.Haklısınız bende okuduğumda 'yaa öylemiymiş'diyorum.EPİLAFORM da uygulamaya çalıştığımız aslında farklı olmak değil!Sadece;Sana yapılmasını istemediğin şeyleri müşterine yapma!Almak istediğin hizmeti müşterine uygula!Ricamız;Bizlere bir şans verin..Sevgiyle kalın.EPİLAFORM TAKIMI…”,*

*-*Vizyonumuz başlığı altında;”*Sizlere, sizin çocuklarınıza ve hatta torunlarınıza yenilenen teknolojinin nimetlerinden faydalanarak en doğru hizmeti verebilmek…”,*

- Misyonumuz başlığı altında;” *Biz bir aileyiz;Ailemizi sizlerle birlikte her gün daha kalabalık daha dinamik ve daha kaliteli bir hale getirmek...ve bunu yaparken de sizlerden aldığımız gücü kalitemizle yine size iletmek..lütfen bize katılın...”,*ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2015/553**

**Şikayet Edilen:** **Seçil BÜKE (New Life Beauty Güzellik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 03.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"IPL Lazer Epilasyon, Kimyasal Peeling”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

- Kuruluşun isminin; **“**New Life Beauty Güzellik” olarak belirtildiği, kuruluşunuzun bir güzellik salonu şeklinde faaliyet göstermesi nedeniyle bu ifadenin tüketiciler açısından yanıltıcı nitelikte olduğu,

-“Referanslar” başlığı altında hasta öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2015/501**

**Şikayet Edilen:** **Keskin Güzellik Kuaför ve Kozm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Betty Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 29.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"IPL Epilasyon, İğneli Epilayon, Depilasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

-Mevzuatta “Güzellik Merkezi” ifadesinin tanımlanmadığı ve bu nedenle firmanın isminin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Keskin Güzellik Kuaför ve Kozm. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Betty Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2015/532**

**Şikayet Edilen:** **Zeliha ÇETİN (Beste Kuaför ve Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 22.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Epilasyon, Kavitasyon, Kimyasal Peeling, IPL Lazer"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

- Ana sayfada; “*Yeni… Ütüleme epilasyon. Kampanyalarımızı takip edin… Acısız, Yanıksız, Etkili, Çok Hızlı… Uygun Fiyat ve Yüksek Kalite. En uygun fiyata en iyi hizmeti alabilmek artık hayal değil...**Uzman Kadro.Tecrübeli ve güvenilir kadro artık güzelliğiniz için hizmetinizde...**Hijyenik ve Ferah. Güzelleşirken rahatlamak ve kendinizi özel hissetmek artık çok yakınınızda...**Modern Uygulamalar ve Son Teknolojik Cihazlar.Güzelliğiniz için en son yenilikleri yakalamak artık çok kolay...”,*

-Hakkımızda başlığı altında; “*Ankara’nın önde gelen güzellik salonlarından biri olma yolunda  hizmete giren salonumuz son teknoloji uygulamaları ile hizmetinizdedir. Hizmet odaklı çalışma anlayışımız, uzman ve deneyimli ekibimiz sizin mutluluğunuz ve sağlığınız için çalışmaktadır. Best’e Kuaför ve güzellik salonu siz müşterilerine kaliteli hizmeti ekonomik olarak sunmaktadır.  Ankara’ da güzellik salonu denilince ilk seçiminiz Best’e güzellik… Emin ellerdesiniz…”,* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2015/524**

**Şikayet Edilen:** **Mehtap ERKAN (Epilase Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 28.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *"İğneli Epilasyon, Kavitasyon, Selülit Tedavisi "* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

-Ayrıca “*Zayıflama ve Selülit Tedavisi*” bölümünde hasta öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayımlanarak 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 **Mehtap ERKAN -Epilase Güzellik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2015/554**

**Şikayet Edilen:** **Özlem SÖNMEZ (Moneta Estetik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 16.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Ütüleme Epilasyon", “Kavitasyon”* şeklinde doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, yine *“Cilt Gençleştirme*” başlığı altında*; ”cavipeel (kavitasyonlu peeling) uygulaması”* gibi tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

- Kuruluşun “Moneta Estetik” olarak isimlendirildiği ve kuruluşun türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği, bu sebeple tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

- Hakkımızda başlığı altında; *“Moneta Estetic, uzman kadrosunun donanımlarını danışanlarına sunmayı amaçlarken, aynı zamanda teknolojiyi, yenilikleri ve ulaşılamaz sanılan güzellikleri ayağınıza getirmektedir. Danışanlarının çıkarlarını, sağlığını ve beklentisini ön planda tutarak sonuç odaklı hizmet sunmak prensibimizdir.. Cavipeel cilt gençleştirme işlemi ile 10 seansta istenilen sonuçlara ulaşırken, klinik ortamlarda hazırlanmış özel cilt ürünlerimizle cilt tipine uygun başarıyı da kolayca sunabiliyoruz…Kısaca bütün uygulamalarımız her zaman olduğu gibi SİZE ve BİZE ÖZEL...”,* şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özlem SÖNMEZ (Moneta ESTETİK)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2015/782**

**Şikayet Edilen:** **Popi İth. İhr. ve Tic. Ltd. Şti. (Re Style Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 12.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *"Adipolight, Kavitasyon, Akustik Dalga Tedavisi"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca bu işlemlere yönelik “*Kampanyalar*” bölümünde fiyatlarında belirtildiği,

-“*Hakkımızda*” başlığı altında; “*Salonumuz `Tunalida yeni bir guzellik` konsepti slogani ile nisan 2013 yilinda faaliyetine baslamistir. Kurucularimiz sektordeki 20 yillik  deneyimlerini bu salon ile  sizlerle paylasmaktadir . Ozenle secilmis konusunda uzman ekibimizle son teknoloji, kaliteli cihazlar ile sizlere hizmetimizi sunmaktayiz. Kurulusundan bugune salonumuzun ana hedefi musteri memnuniyeti sonuc odakli maksimum kalite, uygun fiyattır…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**40)**

**Dosya No: 2015/533**

**Şikayet Edilen: Simge Diyet Sağ. Hiz. Tıbbi. Malz. Dek. Gıd. San. Tic. Ltd. Şti. (Sos Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 01.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Soğuk Lipoliz, Livo Kavitasyon, Lazer Epilasyon, Dermaroller Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

- İlgili mevzuatta “Güzellik Merkezi” şeklinde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, bu nedenle firmanın isminin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“S.O.S'in anlamı nedir?Sychronization of system yani sistemin dengelenmesi anlamına geliyor. Vücudun ruhsal olarak dengelenmesini, meditasyon, yoga ve bio enerjiden yararlanarak sağlıyoruz. Fiziksel olarak da LPG, slim-up, power plate cihazlarının desteği ile kişiye özel diyet ve bölgesel incelme programları uyguluyoruz. Bu son teknolojik cihazlarla bazal metabolizma hızını artırarak incelmeyi sağlıyoruz. Amacımız güzelliği ruhen ve fiziksel birleşimiyle ortaya çıkarmaktır.Burada başka ne tür hizmetler vermektesiniz?Salonumuzda cilt bakımı, kalıcı makyaj, peeling, bölgesel incelme, masaj ve selülit tedavi programları uygulanmaktadır.Bu sektördeki hedefleriniz nelerdir?Hedefimiz müşteri memnuniyetini tam olarak sağlamak ve marka olmaktır.Burayı diğer güzellik merkezlerinden farklı kılan nedir?Biz burada kişilere olamayacak vaatler vermiyoruz. Samimi ve güven içinde ilişkilerde olmak bizim için en önemli noktadır. Bizim müşterilerimiz samimi ve kalıcı olmalıdır. Bunun içinde güvenli, temiz, sağlıklı bir ortam yaratıyoruz. Yaptığımız işler referansımız olmuştur ve olmaya devam edecektir…”,*ifadelerine yer verildiği,tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Simge Diyet Sağ. Hiz. Tıbbi. Malz. Dek. Gıd. San. Tic. Ltd. Şti. (Sos Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2015/507**

**Şikayet Edilen:** **Leyla ERDOĞAN (Ales Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 28.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *"Kavitasyon, Epilasyon,Roller Uygulaması"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

- Galeri başlığı altında; kliniğiniz ile kliniğinizde tıbbi işlemlerde kullanılan cihazların görüntülerine yer verildiği,

-Hakkımızda başlığı altında; “*Ale'sGüzellik; Leyla Erdoğan'ın araştırma ve çalışmaları sonucunda 2002 yılında Tunalı Hilmi cad 84/13 adresinde kurulmuştur. Uzun yıllardır sektörde teknolojiyi yakından takip eden son teknolojik donanıma sahip Ankara'nın sayılı güzellik salonları arasındadırAle's GÜZELLİK'in en önemli iki ilkesi "müşterilerimiz en iyisine layıktır" ve "müşteri memnuniyeti" dir.Ale's Güzellik güvenilir, eğitimlerle kendisini sürekli yenileyen konusunda uzman, güleryüzlü personeli, hijyenik ortamlarda ve uygun fiyatlarıyla sizlere hizmet vermektedir…”,* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2015/505**

**Şikayet Edilen:** **Amastris Güzellik Merkezi Tur. Tic. Ltd. Şti. (Amastris Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 03.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon, 35 yaş sonrası cilt sıkılaştırma tedavisi,**Akne (Sivilce) ve Akne İzlerine Yönelik Tedaviler, Kavitasyon, Lenf Drenaj, Selülit Tedavisi, Cryo tedavisi"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

-Mevzuatta “Güzellik Merkezi” olarak tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı ve bu nedenle firmanın isminin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

-“*Müşterilerimizin Yorumları*” başlığı altındaki müşteri yorumlarına yer verildiği,

-“*www.sehirfirsati.com*” isimli internet sitesinde “*Amastris Güzellik'te 18 Seans İncelme 27,9 TL”* başlıklı tanıtımların bulunduğu,

-Anılan internet sitesinin “*Hakkımızda*” başlığı altında; “*AMASTRİS GÜZELLİK MERKEZİ’ nin ilke edindiği “kusursuzluğa” ulaşma çabasıdır.  Salonumuz kendi dalında en iyisini sunmak için yola çıkmış ve kısa süre içerisinde bunları gerçekleştirmiştir. İçerisinde bütün üniteleri bir arada bulunduran kuruluşumuz,uzman kadrosuyla hizmetlerini başarı ile sürdürmektedir. AMASTRİS GÜZELLİK MERKEZİ, başarılı olmak için müşterilerine daima yüksek kaliteli,yüksek performanslı ürünler sunmanın gereğine inanmıştır. Bu amacından dolayı en iyi ürünleri tecrübeli kadrosu ile sizlerin hizmetine sunmaktadır. Türkiye’ nin bir çok ilinde salonlarımızda; uzun yıllara dayanan eğitimi, bilgi birikimi ve aynı sektördeki iş tecrübesiyle Müşteri Odaklı doğru ve kaliteli bir hizmet vermektedir. Bu anlayışın benimsendiği sektörümüzde, profesyonel, yaratıcı, modaya endeksli ve eğitimli kadrosuyla; güzelliğine önem veren ve kozmetik ürünlerinin kullanımının yararına inanan tüketicilere en kısa yoldan ve doğru bir biçimde ulaşmayı hedefleyerek misafirlerimizin rahat ve huzur bulabileceği bir salon ambiyansı oluşturmaktayız. Avrupa Birliğinin yeni dönemdeki yüksek standartlara uygun son sistem, teknolojiye sahip cihazlarımızla ve uzman kadromuzla siz seçkin müşterilerimize hizmet vermekteyiz…”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**43)**

**Dosya No: 2015/552**

**Şikayet Edilen:** **Selver KAYIKÇI (Bellasoft Güzellik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşıninceleme konusu internet sitesinin 27.05.2015 tarihli görünümünde;

* Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Kimyasal Peeling, Ultrasound Kavitasyon "* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;
* Ana sayfada ; “*Güzelliğinize profesyonelliğimizle artı katıyoruz…”,*
* Hakkımızda başlığı altında; ”*Bellasoft Güzellik Salonu uzun yıllar güzellik ve estetik sektöründe edinilen tecrübe ile 2009 yılında, her biri alanında uzman ekibiyle Ankara Kızılay’da hizmet vermeye başlamıştır. İşimizi, bilgilerimizi, teknolojimizi sürekli geliştirerek sizlerden kazandığımızı yine sizler için yatırıma dönüştürerek, sürekli memnuniyet ve bu memnuniyetin referans yansımalarıyla aranılan, tercih edilen bir seviyeye ulaştık. Bellasoft Güzellik salonumuzda müşteri memnuniyeti öncelikli işimizdir. Salonumuzda  uygulamalar en son teknolojik cihazlar ve yöntemlerle yapılmakta, tüm cihazlarımız sağlık bakanlığı onaylıdır. Uygulamalar  konusunda deneyimli uzmanlarımız tarafından yapılmakta olup, salonumuzun önceliği her zaman etkili yöntemler uygulayarak  başarılı sonuçlar almak ve müşterilerimize güler yüzlü, hijyenik bir ortamda hizmet vermektir. Hep daha iyisini sunmak adına çıktığımız bu yolda yılların verdiği bilgi ve tecrübelerimizi  BellaSoft Güzellik çatısı altında birleştirerek kaliteyi ve iyi hizmeti sizlere sunmayı amaç edindik. Konusunda uzman ekibimiz, günümüz teknolojisine sahip ünitelerle, uygularımızda dünyaca ünlü markalar kullanarak kalitemizden ödün vermeden güzelliğinize profesyonelliğimizle artı kazandırıyoruz. Bütün duygularımız ile güzelliğinizin farkına varın, hayata daha farklı bakın…”,*
* Vizyonumuz başlığı altında; “*Hep daha iyisini sunmak adına çıktığımız bu yolda yılların verdiği bilgi ve tecrübelerimizi BellaSoft Güzellik çatısı altında birleştirerek kalite-yi ve iyi hizmeti sizlere sunmayı amaç edindik…”,*
* Misyonumuz başlığı altında; ”*Konusunda uzman ekibimiz, günümüz teknolojisine sahip ünitelerle, uygularımızda dünyaca ünlü markalar kullanarak kalitemizden ödün vermeden güzelliğinize profesyonelliğimizle artı kazandırıyoruz...”,*

ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2015/784**

**Şikayet Edilen:** **Öznur GÜNEŞ (Sunylife Güzellik ve Estetik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [https://tr.foursquare.com/v/sunylife-g%C3%BCzellik-ve estetik/534675da11d2f86bb89fef5f](https://tr.foursquare.com/v/sunylife-g%C3%BCzellik-ve%20estetik/534675da11d2f86bb89fef5f) ve <https://www.facebook.com/pages/Sunylife-G%C3%BCzellik-Estetik/637116689702871> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği; buna karşın[https://tr.foursquare.com/v/sunylife-g%C3%BCzellik-ve estetik/534675da11d2f86bb89fef5f](https://tr.foursquare.com/v/sunylife-g%C3%BCzellik-ve%20estetik/534675da11d2f86bb89fef5f) ve <https://www.facebook.com/pages/Sunylife-G%C3%BCzellik-Estetik/637116689702871> adresli internet sitelerinin 16.06.2015 tarihli görünümlerinde; kuruluşunuz tarafından sunulan hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon, Ütüleme Lazer, Kavitasyon, Selülit Tedavisi, Tüm Yüz Leke ve Kırışıklık Tedavisi, Tüm Yüz Kök Hücre ve Kırışıklık Tedavisi, Göz Çevresi Kırışıklık ve Morluk Tedavisi, Eyecell Uygulaması ile Kırışıklık Tedavisi,Dermaroller, Çatlak Tedavisi, Leke Tedavisi"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca bu işlemlerin fiyatlarının da belirtildiği,

- Kuruluşun isminin; “SUNYLİFE GÜZELLİK VE ESTETİK” olarak belirtildiği, kuruluşun bir güzellik salonu şeklinde faaliyet göstermesi nedeniyle bu ifadenin tüketiciler açısından yanıltıcı nitelikte olduğu,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16 ncı maddesi;

- 10/01/2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Öznur GÜNEŞ (Sunylife Güzellik ve Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2014/1409**

**Şikayet Edilen:** **Cem KEÇE**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.cemkece.com](http://www.cemkece.com) ve drcemkece.blogspot.com.tr adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2014, 16.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait internet sitelerinde, “Makaleler, Sorular ve Yanıtları, Videolar, Kitaplar” başlıkları altında; psikolojik sorunlar, cinsel sorunlar, aile, evlilik ve ilişki sorunları gibi konular ile ilgili genel bilgilere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan bilgilerin, mevzuata aykırılık teşkil etmediği anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2015/119**

**Şikayet Edilen:** **Dental Lazer Destekli İmplantoloji ve Estetik Diş Hekimliği Kliniği (Tibet YILMAZER)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.2.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Anılan internet sitesinin 19.2.2015 tarihli görünümünde;

- Kuruluşun isminin, kuruluş adına düzenlenen çalışma ruhsatında kayıtlı isimden farklı olarak, *“Dental Lazer Destekli İmplantoloji ve Estetik Diş Hekimliği Kliniği ”* adıyla nitelendirildiği,

-Ana sayfada; *”Sağlıklı dişler, kendinden emin gülüşler.Siz gülerken dişleriniz de gülsün. Dişlerinizdeki kusurlarınızdan kurtulabilirsiniz.”,*

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“(…)Misyonumuz:Yüksek tedavi standartlarını ilke edinen ve başarıyla uygulayan, hastaların beklentilerinin üzerinde tedavi hizmeti sunan bir ağız ve diş sağlığı merkezi olmak.Diş hekimliği hizmetlerini ve koruyucu hekimlik uygulamalarını en çağdaş yaklaşımlarla mükemmel bir şekilde gerçekleştirmek(…)Tıbbi etik değerlerinden ödün vermeksizin tedavi standartlarını yükselterek ve estetik diş hekimliğinde kullanılan son teknolojileri uygulayarak, özgüveni yerinde, güzel ve sağlıklı bir gülümsemeye sahip insanların sayısını artırmaktır.Vizyonumuz:Ağız ve diş sağlığı hizmetlerinde en son ve en modern teknolojileri kullanmak, teşhis ve tedavinin en kısa sürede ve en mükemmel şekilde gerçekleşmesini sağlayarak hasta memnuniyetini sağlamak.(…)Sadece hastanın ağrısını dindirip, eksik dişleri yerine koymaktan ziyade, fonksiyon ve estetiğin birleştiği estetik diş hekimliği uygulamalarını en güzel ve en hızlı bir şekilde gerçekleştirmek.Yeni teknik ve bilgileri öğrenmek amacıyla, doktorların yurt içi ve yurt dışı kongre ve kurslara katılmalarını sağlamak.Son teknolojik dijital cihazlarla donanımlı merkezimizde bilimsel araştırmalar yapmak ve elde edilen sonuçları bilimsel platformda sunmak ve anlaşılacak şekilde medya aracılığıyla halkımızı aydınlatmak.Dezenfeksiyon ve sterilizasyon kurallarını en üst seviyede uygulamaktır.”,*

-“Ozon Tedavisi”başlığı altında*; “Çocuklarda Çürük Acısız Bir Şekilde Tedavi Edilebinir Mi?Evet. Yeni uygulanan OZON TEDAVİSİ ile çürükler tedavi edilebilmekte böylece çocukların en büyük korkusu olan dişin oyulmasına gerek kalmamaktadır. ACISIZ, ANESTEZİ olmadan dişin sağlığı tekrar yerine getirilmektedir.”,*

-“Bonding”başlığı altında*; “Kim daha beyaz, estetik ve daha güzel bir gülümseme istemez ki!. Dişlerinizin şeklinden, geçmeyen lekelerden memnun olmayabilirsiniz ve bu durum sizi mutsuz etmeye yetebilir.Doğal görünür mü?****:****Evet! Kozmetik diş hekimliğinde yetkin bir diş hekimi tarafından yapıldığında doğal görünür.Tedavi süresi ne kadardır?:Size, güzel ve kendinizden emin bir gülümseme armağan edecek olan bu işlem için pek çok kez bir seans (15 dak. - 1 saat) yeterlidir. Uygulanacak seans sayısı, yapılacak işleme göre değişir.”,*

-“Estetik Diş Hekimliği”başlığı altında; “*Dişlerimizdeki estetik yüzümüzdeki estetiğin en büyük tamamlayıcısıdır. Düzgün, sağlıklı, beyaz dişler kişinin kendine güvenini her zaman olumlu etkileyecektir. Bu nedenle dizilimi düzgün ve rengi beyaz dişlere sahip olmak için estetik diş hekimliğinden faydalanılmalıdır.(…)Dudakların gülümsemesine katılmayan dişetlerini, gülümseyen dişetleri haline getirir.(…)Dudakların gülümsemesine katılmayan dişleri, gülümseyen dişler haline getirir.(…)”,*

-“Ortodonti-Diş Teli Tedavisi”başlığı altında; *“(…)Dişlerinizin görünüşünden memnun değilseniz, Dişleriniz sağlam olmasına rağmen çapraşıklıklar kötü bir görünüme sebep oluyor ve ne kadar fırçalarsanız fırçalayın yeterli hijyeni sağlayamıyorsanız, bu durum sağlığınız açısından sorun yaratmanın yanı sıra sosyal yaşantınızı da olumsuz etkiliyorsa, dişlerinizin düzeltilmesini istiyor, bunun yanında kalıcı ve dişlerinize zarar vermeyecek bir tedavi şekli arıyorsanız, artık daha güvenle gülmek istiyorsanız, ortodontik tedavi için iyi bir adaysınız demektir.(...)”,*

- “Diş Beyazlatma”başlığı altında; *“(…)Hasta ve hekim tarafından uygulaması gayet basit olan bu işlemin uzun vadede hiçbir komplikasyonu bulunmamıştır. Bu nedenle gülüşümüzü saklamak yerine böylesine kolay bir işlemle elde edilebilecek pırıl pırıl bir gülüşü sergilemek hepimizin hakkıdır.”* ifadeleri ile,

-“Porselen Laminate Veneer” başlığı altında, tedavi öncesi ve sonrası görüntüsüne yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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,

- 03/02/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

-10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Dental Lazer Destekli İmplantoloji ve Estetik Diş Hekimliği Kliniği (Tibet YILMAZER)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2015/123**

**Şikayet Edilen:** **Den-ay Diş ve Protez Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti. (Özel Avrupadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.avrupadent.com](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.gokadent.com) adresli internet sitesinin 2.4.2015 tarihli görünümünde;

- “Hakkımızda” başlığı altında; *“Misyonumuz:Avrupadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi sizlere sağlıklı, mutlu ve hijyenik tedaviler sunmayı ilke edinerek son teknoloji dişhekimliği ürünleri ile 7 gün 24 saat hizmet vermektedir. Ferah bekleme salonu, hijyenik klinikleri ve konusunda başarılı dişhekimlerimiz ile diş tedavilerinizi sizin için ızdıraptan çıkarıp güvenle başvurabileceğiniz bir sağlık merkezi olmak en büyük hedefimizdir. Vizyonumuz:Mutlu gülümsemeler, sağlıklı dişler ve estetik beklentilerinizin yerine getirilmesi bizler için tedavinizin başından sonuna kadar en büyük kriterimizdir. Kliniğimizde tedavilerinizin dünya standartlarında yapılması da başlıca hedefimiz olup bu yüzden diş tedavilerindeki yenilikleri çok yakından takip etmekte ve sizlere eşzamanlı olarak sunmaya çalışmaktayız.”,*

- “Hizmetlerimiz” başlığı altında; *“Amacımız sizin daha sağlıklı bir ağıza sahip olmanızdır.(…)* *Ekip olarak size yardımcı olmak bizim görevimizdir.”,*

-“Konservatif Diş Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Bu üstünlük,özellikle ön bölge restorasyonlarında mükemmel sonuçların alınmasını sağlamaktadır.Porselen Dolgular - Kısmı Dolgular:Ağızda dolgu yapılamayacak kadar madde kaybına uğramış bir dişi kuron kaplamak yerine sadece basit bir ölçü alarak eksik kısımları porselenden hazırlayıp orijinal dişi kullanmaya devam etmek mümkündür.Ayrıca dişeti seviyesinin altına inen çürüklerde veya dişin içine çivi yerleştirilmesi lüzumu görülen çürüklerde de porselen dolgu yöntemi,hastalarımıza iki seansta mükemmel diş görüntüsü ve fonksiyonu kazandırmaktadır.Porselen dolgular laboratuarda hazırlanıp,cilalandığı için mükemmel parlak yüzeylere sahiptirler.Kullanılan porselenler cm 2 ye 6 tonluk basınca direnç gösterebilen ileri teknoloji ürünü porselenlerdir.Aynı bölgeye bir daha dolgu yeniletmeye kesinlikle ihtiyaç kalmaz.”,*

-“Pedodonti” başlığı altında; *“(…)Daha sonra en son teknolojiler kullanılarak röntgen çekimi(…)Halbuki bizim için en önemli kriter diş değil, çocuğun kendisidir. Çünkü biliriz ki diş hekimi korkusu olmayan bir çocuk zaten dişlerini kolaylıkla tedavi ettirecektir. Bu sebepten dolayı çoğunlukla ilk birkaç seans çocuğunuzun diş hekimi korkusu mevcutsa hiçbir tedavi yapılmadan sadece çocuğun bu korkusunu yenmeye yönelik konuşmalar ve alıştırmalar yaparız. Genellikle yaşları çok küçük çocuklar haricinde, ailelerin tedavi odasına çocukları ile birlikte girmelerini ter cih etmiyoruz. Çünkü çoğu zaman aileler kendi korku ve endişelerini çocuklarına yansıtmakta ve çocuğun tedavi odasındaki pozitif davranışlarını olumsuz etkilemektedirler. Ailelerin endişelerini ve kaygılarını anlıyoruz fakat tecrübelerimiz ve daha önce yapılmış çalışmalar çocukların tedavi odasında yalnız kaldığı durumlarda diş hekimi ile olan kooperasyonunu olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.Unutmayın ki pedodontist-çocuk ilişkisi ne kadar iyi olursa yapılacak tedaviler de o kadar başarılı olacaktır.(…)”,*

- “Ortodonti” başlığı altında; *“(…)Diş doktorlarının amacı kişiyi en iyi ve de en sağlıklı gülüşü sağlayabilmektir. Ortodonti tedavisiyle kişi daha da güzel gülüşe kavuşur. Bunla beraber, ortodonti tedavisiyle dişlerin birbirleriyle olan ilişkisi düzelip daha güzel fonksiyona sahip dişe ve de çene ekleminizin olmasını sağlamaktadır.(…)”,*

- “Gülüş Tasarımı” başlığı altında; *“Gülüş tasarımı, sizin birtakım kişisel istekleriniz ile sağlık, doğallık ve fonksiyonu birleştirerek size özel ideal gülümsemeyi planlamak ve yaratmaktır. (…)Gülüşünüzün Büyüsünü Kullanın.(…)* *şağıdaki soruların bir veya birkaçına evet diyorsanız sizin de bir estetik dişhekimine ihtiyacınız var demektir. Başka birinin gülümsemesine sahip olmak istediniz mi?Gülerken dişlerinizi göstermemeye çalıştığınız veya elinizle ağzınızı kapadığınız oluyor mu?Resim çektirirken gülümsemekten kaçınıyor musunuz?Gülümsemenizde sizi rahatsız eden herhangi bir şey var mı?Ağzınız iyice açık olarak güldüğünüzde üst dudağınız diş etlerinizi fazlaca gösterecek şekilde yukarı çıkıyor mu?Dişlerinizde yapılan tedavilerin (dolgu,kuron vb) doğal dişlerinizden farklı(renk,form vb) olduğunu düşünüyor musunuz?Dişlerinizin daha beyaz olmasını ister miydiniz?Dişlerinizde çapraşıklıklar ve /veya düzensizlikler var mı?Dişlerinizin arasında boşluklar var mı?Ön dişlerinizde çok sayıda dolgu veya kırık var mı?Ön dişleriniz arasında rahatsız edici seviye ve büyüklük farklılıkları var mı?(…)* *Günümüzde pek çok ürün ve uygulama daha genç görünmenizi sağlayabilir. (Kırışık önleyici kremler kozmetik malzemeler, cilt gerdirme operasyonları vb) Fakat gülüşünüzü gençleştirmek en dikkat çekici sonucu yaratacaktır.(…)Problem sadece buysa basit bir beyazlatma işlemi ile etkileyici değişiklikler yaratabilirsiniz. Fakat çoğu zaman sadece dişlerinizi beyazlatmak yeterli olmaz. Kompozit bondingleme, porselen veneer ve kuronlar ile gülüşünüz tamamen ideal hale getirilebilir. Bu değişiklik etrafınızdaki insanların sizde sadece olumlu yönde bir değişiklik olduğunu fark edebileceği kadardır. Saçlarınızı değiştirdiğinizi, kilo verdiğinizi düşünürler ama dişlerdeki büyük değişikliği fark edemezler. Çünkü yapılan tedaviler sadece güzel değil aynı zaman da yüzünüzle tamamen uyumludur.(…)* *küçük bir operasyon ile diş eti fazlalıkları uzaklaştırılarak daha hoş bir gülümseme elde edilir.(…)* *Estetik prosedürlerden önce dişeti şekilleri ideale getirilmelidir.(…)* *. Koyu bir ten rengine sahip esmer kişilerde çok açık renkli, parlak ,dikkat çekici dişler uyumlu ve güzel bir gülüşü sağlayamazken, daha açık ten rengine sahip kişilerde bu dişler daha naturel durur ve gülüşün harmonisi sağlanır.(…)* *Bu uyumu yaptığımız estetik uygulamalarda da kullanarak doğal gülüşleri yakalayabiliriz.(…)* *Porselen Laminate Veneers: Dişlerinize yapıştırılan ince poselen yapraklar inanılmaz değişiklikler sağlar. Estetik diş hekimliğinde en çok kullanılan tekniktir. Çünkü dişten hiç, ya da çok az madde kaldırılarak büyük değişiklikler yaratır. Işık geçirme özelliği olduğu için doğal dişten ayırmak mümkün değildir.(…)* *Bu işlemlerin hepsi bir veya iki randevuda uygulanabilen ve gülümsemenizde büyük gelişmeler sağlayan tekniklerdir.”,*

- “Oral Diagnoz ve Radyoloji” başlığı altında; *“(…)Kliniğimizde ayrıca klinik otomasyon ve hasta takibinin yapılabildiği özel yazılım sistemimiz de bulunmaktadır.(…)* *Kliniğimizde her iki görüntüleme yöntemi de kullanılabilmektedir.”,*

- “Diş Beyazlatma” başlığı altında; *“(…)tatmin edici bir beyazlama ve güzel bir gülüş elde edilir.(…)* *eyazlatma işlemi uygun kişiler tarafından yapıldığında zararsız ve çok etkili bir estetiği geliştirme metodudur.Kliniğimizde kullanılan Ofis beyazlatma sistemi, düşük yoğunlukta jel ile 8-10 ton beyazlatma sağlaması, renk geri dönüşünün ve işlem sonrası hassasiyetin minumumda olması sebebiyle tercih edilmiştir.Diş Beyazlatmada en hızlı yöntemdir. Bir saat içerisinde dişler 8+ kat daha beyaz olur.Beyazlatma işlemi 2 şekilde uygulanır.Ofis ortamında 1 saat içinde gerçekleştirilen Power Blaeching beyazlatıcı jel ve ışıktan oluşan kısa sürede 6-8 ton diş rengini açan en hızlı, güvenilir ve etkili beyazlatma sistemidir.Home bleaching ağızdan alınan basit bir ölçü ile kişiye özel hazırlanan plastik ağızlıkların içine carbamid peroksit esaslı jeller konularak yapılan beyazlatma işlemidir. Ortalama 5-7 günde istenen beyazlama sağlanır. Günde 4-8 saat takılması gereklidir( renge ve jele bağlı olarak).(…)* *Power Bleaching Sistemi kuron, dolgu ve bonding'lerde olan lekeleri çıkarmakta çok başarılı olmuştur.(…)”,*

- “Metal Desteksiz Porselen” başlığı altında; *“(…)doğal diş görünümüne çok yaklaşan sonuçlar elde edilebilmektedir. Bunun sonucunda da mükemmele yakın estetik ve estetikle doğru orantılı hasta memnuniyeti ortaya çıkmaktadır.(…)* *Desteksiz Porselen tipine göre kısa-uzun köprülerde başarıyla kullanılabilmektedir.Avantajları: Olağanüstü estetik: Doğal yapıyla mükemmel uyum sağlar ve doğal diş görünümü verir. Metal bir alt yapı üzerine yapılmadığı için, ışık geçirgenliği doğal dişe çok yakındır.Mükemmel kenar uyumu: Geliştirilmiş yapısal özelliği sayesinde, diş eti bölgesiyle ve üzerine yerleştirildiği doğal dişle uyumu çok iyidir. Bu sayede üzerine yapıldığı doğal dişi ikincil çürüklerden korumaktadır.Geliştirilen yapısıyla dayanıklılık: Kronlarda, dişlerin ön ve çiğneyici yüzlerinde uzun yıllar problem yaratmadan kullanılabilir.(…)”,*

- “Kompozit Restorasyonlar” başlığı altında; *“(…)teknolojisindeki inanılmaz gelişmeyle beraber, amalgamdan çok daha üstün bir dayanıklılık seviyesine ulaşmışlardır.(…)* *Bu üstünlük, özellikle ön bölge restorasyonlarında mükemmel sonuçların alınmasını sağlamaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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,

- 03/02/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci maddesi,

-10.01.2015 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 **Den-ay Diş ve Protez Özel Sağlık Tic. Ltd. Şti.(Özel Avrupadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2015/542**

**Şikayet Edilen:** **Elmas SELİMOĞLU (Özel Elmas Life Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2015, 17.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait;

* www.elmaslazer.com.tr adresli internet sitesinin 16.4.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“ LPG %100 %100 etkili selülit tedavisi, sıkılaşma ve bölgesel zayıflama tedavilerinde dünya her gün 110 ülkede, 200000’^den fazla kadın bu uygulamayı tercih ediyor.Tam gün doktor denetiminde 2015 model 3 çeşit lazer epilasyon cihazı.Alexandrite, Diode,Ndyag.Lazer epilasyon cihazlarını keşfetmek ve ücretsiz test atışı randevusu ile cihazları tanımak için tıklayın. Lazer Epilasyon Ankara:Lazer epilasyon, uzun yıllardır FDA(Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi)ve CE sertifikalı yüksek teknoloji ürünü cihazlar ile lazer teknolojisi kullanılarak yapılan ve kalıcı epilasyon sağlayan yöntemdir…Epilasyon işlemini sonunda kendinizi oldukça rahat, özgür kuş kadar hafif hissedebilirsiniz…Özel Ankara Elmas Lazer Polikliniğimizde her seanstan sonra 12 – 15. günde kontrol seansınız çalışılır ve çalışmanın mükemmel olması sağlanır…Artık son teknoloji Alexandrite ve Diode cihazları sayesinde, eğer uygulama bölgesinde güneş yanığı ve soyulma olmamış ise ara vermeden huzurlu bir şekilde lazer epilasyonlarına gönül rahatlığıyla devam edebilirler…Şu unutulmamalıdır ki istenmeyen tüylerden kurtulmak çok büyük bir rahatlıktır.Lazer epilasyonun faydaları nelerdir?Ağrılı, acılı, sürekli bitmek bilmeyen tüylerden kurtulmak için kesin ve tek çözüm yolu lazer epilasyondur. Lazer epilasyon en uygun ve en konforlu yöntemdir. Kıllarda büyüme olsa bile tek tük ve ince tüy biçimindedir bu yüzden rahatsız edici değildir. Zamandan ve maddiyattan tasarruftur. Bir kere vereceğiniz para ömür boyu rahatlığın anahtarı olacaktır. Sınır olmaksızın tüm vücuda uygulanan lazerli epilasyon kavuşulacak rahatlığı vaad eder ve uygular. Ömür boyu pamuk gibi bir vücuda kavuşmak her insanın hayalidir. Hastalıkta, sağlıkta ve yaşlılıkta epilasyonun faydası çok büyük avantaj taşır.Lazer epilasyon çeşitleri ve özellikleri:Gelişen teknoloji lazer epilasyon teknolojilerinde de kendini göstermektedir. İnsanların rahatlığını, huzur ve sağlığını baz alan bu sektör yenilikleriyle hem epilasyon merkezlerini hem de epilasyon yaptıracak kişilere büyük kolaylık sağlamaktadır…Alexandrite lazer epilasyonu genel yapısı itibariyle konforlu, rahat ve kişileri ağrıyla bunaltmayan bir cihazdır. En çok tercih edilen lazer epilasyon cihazlarıdır. Başarısı FDA onaylıdır.Diode Lazer Epilasyon:Diode lazer epilasyon, ağrısız lazer epilasyon teknolojisi olup, jelli ve jelsiz olmak üzere iki şekilde kullanımı mevcuttur…Neden Özel Ankara Elmas Lazer Epilasyon Polikliniği?Lazer epilasyon, bir tedavi yöntemi olup, T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş kliniklerde ve hastahanelerde yapılabilir. Hijyen ve uzmanlık gerektiren bir uygulama olup, sağlığınızı emanet ettiğinizi unutmamalısınız. Merdiven altı hizmet sunan kuaför vb. yerleri ucuz olması sebebi ile tercih eden bir çok kişinin buralardan şikayetçi olduğu, istedikleri etkiyi göremedikleri ve hijyen eksikliği vb. sebeplerle ciddi sağlık problemleri yaşadıkları bilinen ve herkesin yakın çevresinde görülen bir sorundur. Bu tarz sorunlarla karşılaşmak istemiyorsanız ve kesin sonuç görmek istiyorsanız 8 yıllık tecrübemiz, uzman personelimiz ve her yıl yenilenen lazer epilasyon cihazlarımız ile sizleri doğru adrese bekliyoruz.Özel Elmas ankara lazer epilasyon merkezi epilasyon ücretleri nedir?Fiyat konusunda lazer epilasyon yapılacak kişiyi görmeden bir fiyat vermek oldukça yanlış olur. Çünkü kişinin kıl rengi, dansitesi, mikron aralığı ve cilt tipi; hangi bölgeye hangi lazer epilasyon cihazı ile çalışılacağı fiyatlandırmada etkili rol oynamaktadır. Bu sebeple biz hastalarımızı, ÜCRETSİZ Test Atışı için kliniğimize çağırmaktayız. Bu vesile ile hem cihazlarımızı görür, fikir sahibi olursunuz, hem fiyatlandırmanızı alırsınız. Kafanızda soru işaretleriniz varsa, cihazın dökme gücünü görür ondan sonra karar verirsiniz. Alexandrite Lazer Epilasyon:Alexandrite lazer epilasyon, en çok tercih edilen lazer epilasyon teknolojisidir…Tahrip edilen kıl kökleri 10-15 gün içerisinde vücut tarafından atılarak pürüzsüz bir cilde sahip olunur.Diode Lazer Epilasyon: Tahrip edilen kıl kökleri 10-15 gün içerisinde vücut tarafından atılarak pürüzsüz bir cilde sahip olunur.”*,

- “Hizmetlerimiz” başlığı altında; *“IAL Gençlik Aşısı:Yıllara meydan okurcasına genç kalmak, yılların yüzümüze verdiği kırışıklıklardan kurtulmak ve her zaman parlak bir cilde sahip olmak herkesin hayalidir. Bu sebeple anti-aging bakım içeren kozmetik ürünler kullanırız. IAL Gençlik aşısı, bütün bunları 3 seansla yapan etkisini 2. günden sonra gösteren mucizevi bir gençleşme yöntemidir. Hemen hemen tüm anti-aging ürünlerin bileşenlerinden bir tanesi de efsane…VelaShape 3 Radyofrekans:Ankara’da bir İLK, Elmas Life Poliklinik Farkıyla. Elmas Life Poliklinik farkıyla Ankara’da ilk Velashape 3 (III) uygulaması, üstelik size özel3 Seans Alana 1 Seans Bizden Hediye Kampanyası ile birlikte. Hemen ara, fırsatı geç olmadan yakala. Selülit Tedavisi – Bölgesel İncelme – Sıkılaşma Konu vücudun şekli olduğunda genellikle kadınlar kendilerinin en ağır eleştirmenleridir. Kadınların %91’i vücutlarında…Eximia Kavitasyon:Eximia Kavitasyonkendine özgü geliştirdiği metod ile vücudun her bölgesine uygulanabilecek bir yöntemdir. Kavitasyonel ultrasound, elektroporasyon ve vakum sistemlerini birleştirerek üretilmiş kombine bir cihazdır. İstenmeyen yağlardan kurtulmak adına tasarlananEximiakavitasyon cihazı; Bugüne kadar yapılan uygulamalardan sonuç alamayanlar Liposuction operasyonu yaptıramayanlar ya da yaptırmak istemeyenler Uzun süre diyet yapıp bölgesel yağlarından kurtulamayanlar için Çok etkilibir yöntemdir! Eximiakavitasyon aletises…Cryo Lipoliz (Soğuk Lipoliz):Cryo (Soğuk) Lipoliz kontrollü soğutma sistemi ile yağları giderme tedavilerinde kullanılan son teknolojidir. Bu devrim yaratan teknoloji, yeni kanamasız ve ağrısız prosedüre dayalı tedavi bölgesini soğutarak bölgesel yağlanmaları azaltır. Cryo (Soğuk) Lipoliz tüm yaş, cinsiyet, cilt tipi ve dokulara uygulanabilir. Makine aynı anda çalışabilen ve ikisi için de bağımsız sıcaklık ve vakum derecesi ayarlanabilen iki… Alexandrite Lazer Epilasyon:Alexandrite lazer epilasyon, en çok tercih edilen lazer epilasyon teknolojisidir…Tahrip edilen kıl kökleri 10-15 gün içerisinde vücut tarafından atılarak prüzsüz bir cilde sahip olunur Diode Lazer Epilasyon: Tahrip edilen kıl kökleri 10-15 gün içerisinde vücut tarafından atılarak prüzsüz bir cilde sahip olunur.”*,

-“Hizmetlerimiz-IAL Gençlik Aşısı” başlığı altında; *“Yıllara meydan okurcasına genç kalmak, yılların yüzümüze verdiği kırışıklıklardan kurtulmak ve her zaman parlak bir cilde sahip olmak herkesin hayalidir. Bu sebeple anti-aging bakım içeren kozmetik ürünler kullanırız. IAL Gençlik aşısı, bütün bunları 3 seansla yapan etkisini 2. günden sonra gösteren mucizevi bir gençleşme yöntemidir…Peki, bilindiği üzere asitler cilde zarar vermesine rağmen neden hyalüronik asit cildi gençleştirir, kırışıklık azaltır ve zarar yerine yarar sağlar? Hyalüronik asit, vücuttaki nem, esneklik ve hücre yenilenmesini sağlayan kolajenleri harekete geçiriyor 2. günden itibaren ciltte belirgin canlılık, parlaklık, kırışıklıklarda iyileşme ve gerginlik sağlıyor.”,*

-“Hizmetlerimiz-LPG Zayıflama” başlığı altında*; “(…)Hiç bir ağrı, iğne, cerrahi müdahale olmadan zayıflamak ya da cilt kusurlarından kurtulmak pek çok insana cazip geldiği için kısa sürede tüm dünyada tanınmaya başlayan Fransız markası, bugün alanında lider konumdadır. Adını kurucusunun isim baş harflerinden alan marka, bu konumunu korumak için sürekli yenilenen teknolojiler sunmaktadır. LPG markasının en son teknolojilerinden olan Integral, pek çok güzellik ve bakım merkezinde kullanılmaktadır…Dünyaca ünlü Fransız markasının en son teknolojik ürünü olan Integral, oldukça geniş bir kullanım alanını kapsamaktadır. Vücudun her bölgesine ayrı cihaz başlıkları ile lipomasaj yaparak sıkılaşma, zayıflama, incelme ve toparlama sağlayan cihaz son dönemlerin en popüler cihazlarındandır…fazla kilolarından ya da vücudunun belirli bölgelerinden rahatsız olan kişilerin ilk tercihlerinden biridir.Görünüş olarak küçük bir robotu andıran cihaz, uzunlamasına şekli ile çok az yer kaplamaktadır. 4 tekerlekli ve kolay hareket ettirilebilen Integral, LPG’nin en beğenilen modelidir. Yüksek vakum gücüne rağmen en az gürültü seviyesi ile çalışan cihaz, tasarruf modu ile enerjiyi de en az seviyede kullanmaktadır. Vücudun nerdeyse her bölgesinde çok etkili cihaz olan LPG Integral’in kullanımı oldukça basittir. Farklı özelliklerde başlıkları sayesinde kişiye özel uygulama imkanı sağlayan cihaz ile herkese istediği vücuda kavuşma olanağı sağlanmaktadır…Hem dış görünüş hem de özellik bakımından sürekli yenilenen bu cihazlar, teknolojinin gelişime göre şekillenip geliştirilmektedir. LPG Integralin en son modelinde estetik ve terapötik yeniliklerde gelişmeler bulunmaktadır.Ergodrive başlık: Birbirinden bağımsız 4 silindirli ve dönme özellikli bu başlık, uygulama sırasında büyük kolaylık sağlıyor. Etki alanı 1,5 kat daha büyütülen ergodrive başlık ile en etkili lipomasaj uygulaması sağlanıyor.Lıft başlıkları: Yaşlanma karşıtı uygulamalarda oldukça etkili olan 3 yeni bakım başlığı, farklı yoğunluklarda ışıltı, yapılandırma ve güçlendirme etkisi yaratıyor.TR 50 yeni terapi başlığı: Ödem, enflamasyon, fibrozis, liposuction öncesi ve sonrası için terapötik uygulamalarda oldukça etkili…Silindirlerin birbirinden bağımsız olması en iyi sonucu almada oldukça etkilidir.Portatif ve her yere taşınabilme: LPG Integral, uygulama yapılan kişiye bağlılığı en az seviyede olan cihazlardandır. Portatif ve çok fazla ağır olmayan cihaz oynar 4 tekerliği sayesinde istenilen her yere rahatlıkla taşınmaktadır.En son geliştirilen LPG Integral modeli, en az seviyede ses ile çalışma özelliğindedir. Bu sayede hem uygulama yapan kişinin hem de uygulama yapılan kişinin rahatsız olması engellenmektedir…Günümüzde saygın güzellik merkezlerinin kullandıkları bir yöntem olan LPG Integral uygulamalarının etki alanı oldukça geniştir. LPG Integral ile istenmeyen bölgelerde biriken yağlardan kolaylıkla kurtulunabilir. Diğer bölgesel zayıflama yöntemlerine göre daha doğal ve yan etkisiz olan Integral uygulaması kısa sürede istenilen sonuca ulaşmayı sağlamaktadır.Bu uygulama ile vücutta oluşan sarkmaların toparlanması sağlanabilir. Hızlı kilo alıp vermeden kaynaklanan vücut sarkmalarında en etkili yöntemlerden biridir…Diyet, spor ve farklı zayıflama yöntemleri ile incelme sağlanamayan bölgelerdeki yağ yakımında ve incelmede etkili olmaktadır.Sadece bölgesel zayıflamalarda değil bedensel incelmelerde de etkilidir.Göğüs dikleştirme, popo kaldırma gibi estetik işlemlerde başarılı sonuçlar vermektedir…Yüz bölgesindeki incelmelerde etkilidir…Vücutta oluşan büyük yaraların tedavisinde ve iyileş sonrasında izlerinin yok edilmesinde de etkili bir yöntemdir…LPG Integral cihazının dönme ve vakumu bir arada yapan başlıkları lipomasaj etkisi yaratarak en kısa sürede uygulama bölgesine etki etmeye başlamaktadır. Lipomasajın özellikle inatçı yağlar üzerindeki etkisi bilimsel olarak da kanıtlanmıştır. Lipomasajın yanında sağladığı liftmasajı ile de cilt gençleşmesini sağlayan LPG Integral uygulaması, bu yönü ile sadece zayıflatmakla kalmayıp cildin tazelenmesi ve yenilenmesinde de yardımcı olmaktadır…LPG Integral cihazının gelişimiş silindir başlıkları, özel tasarlanan elastik bantlar ile kasların çalışmasını sağlamaktadır…Bu sayede ortaya çıkan yağ dokusu daha kolay parçalanarak bölgede incelme ya da toparlanma oluşur…LPG Integralin Diğer Yöntemlerden Farkı LPG Integralin diğer vücut güzelleştirme ve düzenleme yöntemlerinden pek çok farkı bulunmaktadır. Diğer yöntemlerden en büyük farkı, 0 doğal olarak zayıflama ya da toparlama imkanı sağlamasıdır. Kimyasal ilaçlar ve cerrahi müdahaleye gerek duyulmadan tamamen doğal olarak uygulanan bu yöntem, en hassas ciltlerde bile güvenle uygulanabilir. Diğer bölgesel zayıflama yöntemi ya da cihaz uygulamalarında karşılaşılan ciltte kızarıklık, morarma, şişme, yanma ve uygulama sırasında acı hissi duyma, LPG Integral uygulamasında olmamaktadır. Bu yöntem sayesinde doğal yollar ile elde edilen vücut güzelliğini korumak, diğer yöntemler ile elde edilen sonucu korumaktan daha kolaydır. LPG Integral yöntemi ile vücutta oluşan değişikliklere vücut hemen adapte olup kabullenmektedir. Bu nedenle sadece belirli bir süre koruma seanslarına katılıp ardından tamamen tedaviye son verilebilir. LPG Integral’de seans sonralarında kişiler hemen günlük hayatlarına geri dönmektedir. Diğer yöntemlerde uygulama sırasında ve sonrasında oluşan ağrı, kızarıklık ya da şişliklerden dolayı çoğu zaman günlük hayattan kopma söz konusu olmaktadır. Diğer zayıflama ya da vücut toparlama yöntemlerinde zaman zaman oluşan yan etkilere LPG Integral uygulamasında bugüne kadar rastlanmamıştır. Uygulanması sakıncalı olan kişiler dışında tüm uygulananlarda istenilen sonucu veren bu yöntem, alanının en çok tercih edilen ve en etkili yöntemidir.”*,

-“Hizmetlerimiz-VelaShape 3 Radyofrekans” başlığı altında; *“Ankara’da bir İLK, Elmas Life Poliklinik Farkıyla.Elmas Life Poliklinik farkıyla Ankara’da ilk Velashape 3 (III) uygulaması, üstelik size özel3 Seans Alana 1 Seans Bizden Hediye Kampanyasıile birlikte. Hemen ara, fırsatı geç olmadan yakala…VelaShape 3 (III) kadınların vücut imajlarıyla ilgili hoşnutsuz olmalarına neden olan problemli bölgelerin tedavisi için cerrahi olmayan mükemmel cevaptır. VelaShape 3 eşsiz, kullanımı kolay, eve kapanmayı gerektirmeyen, konforlu, derinlemesine etkili, gelişmiş klinik protokolleri ile tutarlı sonuçlar veren, tekrarlanabilir vücut şekillendirme tedavisi sunar.Syneron’un etkin vücut şekillendirme cihazları geliştirme konusundaki geniş tecrübesi ve bu konuda yaptığı araştırmalar Velashape markasının üstün başarısına katkıda bulunmuştur. 10 yılı aşan klinik tecrübesi, ondan fazla klinik çalışması, tüm dünyada gerçekleştirilmiş 5 milyondan fazla bağımsız tedavisi ve piyasadaki diğer estetik cihazlardan daha fazla yayınlanmışmakaleye sahip olmasıyla, VelaShape bugün piyasadaki en tanınmış invaziv olmayan, vücut şekillendirme cihazıdır.Daha güçlü daha az seans yeni tasarım”*,

-“Hizmetlerimiz-Eximia Kavitasyon” başlığı altında; *“Eximia Kavitasyonkendine özgü geliştirdiği metod ile vücudun her bölgesine uygulanabilecek bir yöntemdir. Kavitasyonel ultrasound, elektroporasyon ve vakum sistemlerini birleştirerek üretilmiş kombine bir cihazdır.İstenmeyen yağlardan kurtulmak adına tasarlananEximiakavitasyon cihazı; Bugüne kadar yapılan uygulamalardan sonuç alamayanlar Liposuction operasyonu yaptıramayanlar ya da yaptırmak istemeyenler Uzun süre diyet yapıp bölgesel yağlarından kurtulamayanlar için Çok etkilibir yöntemdir! PATENTLİ ULTRAPORASYON teknolojisi ile 3 cm derinliğindeki istenmeyen yağları yok edebilen özel bir metoda sahiptir. Ses dalgalarının meydana getirdiği kavitasyon balocukları ile yağ hücrelerini yok ederken bu yöntemin etkisini arttıran ELEKTROPORASYON ile diğer cihazlardan farklılaşır. Uygulama sonrası yapılan vakum ile Endormolojik masaj ile atık yağların vücuttan uzaklaştırılması sağlanır.Patentli cihaz tasarımı ve metodu ile rakipsiz bir yöntemdir.”*,

-“Hizmetlerimiz-Ozon Sauna” başlığı altında; *“Ozon sauna,Oksijen(O2) ve Ozon(O3) gazına dayalı doğal terapi yöntemidir…Ozon saunanın en önemli özelliği performanslı kilo vermeye yardımcı olmasıdır. Her uygulama size 400 – 500 kcal enerji kaybettirir. Genellikle sarkık vücutlar, karın, bacaklar, kalça, popo ve belde yerleşen yağ ve selülit depolarına son noktayı koymak için kullanılır…Ozon sauna’nın kullanımı bir detoksifikasyon ve zayıflama programının en önemli kısımlarından birisidir…Lenf dokusunun toksinlerden temizlenmesi çok önemlidir ve ozon/buhar saunası bunu sağlamak içi en iyi ve en kolay yoldur.Ozon sauna, farklı cihazlarla birlikte kullanıldığında selülitte yüzde yüze yakın bir oranda etkilidir…Yapılan çalışmalarda ozon sauna terapisinin selülitin geleneksel tedavisinden daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Maksimumetki için farklı cihazlarla desteklenmesi gerektiği unutulmamalıdır.”*,

-“Hizmetlerimiz-VelaShape 2” başlığı altında; *“VelaSahpe II (Radyofrekans) su içeren bütün dokuları kontrollü bir şekilde çok derin dokulara geçmesine (veya iletilmesine) yol açmadan ısıtmakta. Çünkü Radyofrekans hücrelerdeki su moleküllerini harekete geçirmektedir. Bu teknoloji ile su düzeyi çok yüksek olan yağ hücrelerine ulaşılabilmektedir. Yani yağ dokusunu eritebilmektedir. Büyük (Geniş) bölgeleri kısa sürede tedavi edebilme imkanı sağlamaktadır…Hiçbir cilt tipi için sakınca teşkil etmemektedir…Bu etki ise çok hızlı bir şekilde yok olmaktadır ve günlük faaliyetlere çok rahat bir şekilde devam edilebilmektedir…elashape, Amerika Gıda ve İlaç Dairesi (FDA)\* tarafından onaylanmış bölgesel inceltme cihazıdır.Velashape, Amerika Gıda ve İlaç Dairesi tarafından geçici selülit azaltılması uygulamasında onaylanmış Sınıf II cihazdır.Velashape, vücut şekillendirme ve geçici selülit azaltılmasında CE belgesine sahiptir…Daha kısa süreli uygulama seansları için daha yüksek güç uygular.”*,

-“Hizmetlerimiz-LPG Integral Zayıflama Sistemi” başlığı altında; *“Hiç bir ağrı, iğne, cerrahi müdahale olmadan zayıflamak ya da cilt kusurlarından kurtulmak pek çok insana cazip geldiği için kısa sürede tüm dünyada tanınmaya başlayan Fransız markası, bugün alanında lider konumdadır. Adını kurucusunun isim baş harflerinden alan marka, bu konumunu korumak için sürekli yenilenen teknolojiler sunmaktadır. LPG markasının en son teknolojilerinden olan Integral, pek çok güzellik ve bakım merkezinde kullanılmaktadır…Dünyaca ünlü Fransız markasının en son teknolojik ürünü olan Integral, oldukça geniş bir kullanım alanını kapsamaktadır. Vücudun her bölgesine ayrı cihaz başlıkları ile lipomasaj yaparak sıkılaşma, zayıflama, incelme ve toparlama sağlayan cihaz son dönemlerin en popüler cihazlarındandır…LPG Integral, fazla kilolarından ya da vücudunun belirli bölgelerinden rahatsız olan kişilerin ilk tercihlerinden biridir.Görünüş olarak küçük bir robotu andıran cihaz, uzunlamasına şekli ile çok az yer kaplamaktadır. 4 tekerlekli ve kolay hareket ettirilebilen Integral, LPG’nin en beğenilen modelidir. Yüksek vakum gücüne rağmen en az gürültü seviyesi ile çalışan cihaz, tasarruf modu ile enerjiyi de en az seviyede kullanmaktadır. Vücudun nerdeyse her bölgesinde çok etkili cihaz olan LPG Integral’in kullanımı oldukça basittir. Farklı özelliklerde başlıkları sayesinde kişiye özel uygulama imkanı sağlayan cihaz ile herkese istediği vücuda kavuşma olanağı sağlanmaktadır…Hem dış görünüş hem de özellik bakımından sürekli yenilenen bu cihazlar, teknolojinin gelişime göre şekillenip geliştirilmektedir. LPG Integralin en son modelinde estetik ve terapötik yeniliklerde gelişmeler bulunmaktadır.Ergodrive başlık: Birbirinden bağımsız 4 silindirli ve dönme özellikli bu başlık, uygulama sırasında büyük kolaylık sağlıyor. Etki alanı 1,5 kat daha büyütülen ergodrive başlık ile en etkili lipomasaj uygulaması sağlanıyor.TR 50 yeni terapi başlığı: Ödem, enflamasyon, fibrozis, liposuction öncesi ve sonrası için terapötik uygulamalarda oldukça etkili.Bağımsız motorlu silindirler: LPG Integralin temel parçalarından olan her silindirin kendine özel mikro motoru bulunmaktadır. Silindirlerin birbirinden bağımsız olması en iyi sonucu almada oldukça etkilidir.Portatif ve her yere taşınabilme:LPG Integral, uygulama yapılan kişiye bağlılığı en az seviyede olan cihazlardandır. Portatif ve çok fazla ağır olmayan cihaz oynar 4 tekerliği sayesinde istenilen her yere rahatlıkla taşınmaktadır.En son geliştirilen LPG Integral modeli, en az seviyede ses ile çalışma özelliğindedir. Bu sayede hem uygulama yapan kişinin hem de uygulama yapılan kişinin rahatsız olması engellenmektedir…Günümüzde saygın güzellik merkezlerinin kullandıkları bir yöntem olan LPG Integral uygulamalarının etki alanı oldukça geniştir.LPG Integralile istenmeyen bölgelerde biriken yağlardan kolaylıkla kurtulunabilir. Diğer bölgesel zayıflama yöntemlerine göre daha doğal ve yan etkisiz olan Integral uygulaması kısa sürede istenilen sonuca ulaşmayı sağlamaktadır.Bu uygulama ile vücutta oluşan sarkmaların toparlanması sağlanabilir. Hızlı kilo alıp vermeden kaynaklanan vücut sarkmalarında en etkili yöntemlerden biridir.Diyet, spor ve farklı zayıflama yöntemleri ile incelme sağlanamayan bölgelerdeki yağ yakımında ve incelmede etkili olmaktadır.Sadece bölgesel zayıflamalarda değil bedensel incelmelerde de etkilidir.Göğüs dikleştirme, popo kaldırma gibi estetik işlemlerde başarılı sonuçlar vermektedir.Vakumlanan dokularda kan ve lenf akışının hızlanmasına sağlamaktadır.Yüz bölgesindeki incelmelerde etkilidir.Vücutta oluşan büyük yaraların tedavisinde ve iyileş sonrasında izlerinin yok edilmesinde de etkili bir yöntemdir.”*,

-“Hizmetlerimiz-Cryo Lipoliz” başlığı altında; *“Cryo (Soğuk) Lipoliz kontrollü soğutma sistemi ile yağları giderme tedavilerinde kullanılan son teknolojidir…Cryo, soğuk uygulaması güvenli tedavileri garantileyen seramik başlıklar ile yapılmaktadır.”*,

-“Hizmetlerimiz-Dermaroller” başlığı altında; *“(…)ilaçlar ve vitaminlerbu kanüllerden cildinize verilerek %95’e kadar etkili bir tedavi sağlanmış olur…Daha hızlı ve daha konforlu tedavi yapılmasına imkan verir.”*,

-“Hizmetlerimiz-Örümcek Ağı Estetiği” başlığı altında; *“Örümcek ağı estetiği, bir başka adı ile iple yüz germe tekniği, cildin zamanla kaybettiği elastikiyeti yeniden kazandırmak için uygulanan pratik bir yöntemdir…Siz de olduğunuzdan daha genç görünmek, yaşlanmaya başlayan cildinizi tazelemek istiyorsanız örümcek ağı estetiğini gönül rahatlığı ile uygulayabilir, kısa sürede gençleşerek sevdiklerinizi şaşırtabilirsiniz…Kısaca sarkan ya da kırışan cildin iple asılarak gerginleştirilmesi olarak bilinen bu yöntem, hem bayan hem de erkekler tarafından ilgi ile takip edilen, ameliyatsız bir uygulamadır.Uygulama yapılan yüze örümcek ağını andıran bir şekilde uygulandığı için bu isim verilen iple yüz germe tekniği diğer uygulamalara göre daha avantajlı bir gençleşme yöntemidir. Sayısız avantajı bulunan en büyük avantajları, Sıfır ağrı ile uygulanması ve uygulama sonrasında da aynı şekilde ağrı olmaması Kollajen üretimine oldukça katkı sağlaması, Sadece yarım saat gibi kısa bir sürede pratik olarak uygulanması, Tek bir seans ile istenilen sonuca ulaşılması, Uygulamanın hemen sonrasında makjay yapılabilmesi, Uygulama sonrası günlük hayata hemen dönülmesi, Her hangi bir yan etkisi olmaması, En ince kırışıklıkların bile yok edilebilmesi, Pratik olduğu kadar güvenilir olması, Uygulama sonrası kişide her hangi bir iz kalmaması, Ve anında iyileşme sağlanması, sayılabilir…Bu yönü ile maliyet açısından da avantajlı olan örümcek ağı estetiği, orta gelir düzeyi bakımına özen gösteren kişilerin de ilgisini çekmektedir…Örümcek ağı estetiği, hiç bir yan etkisi olmayan, doğal sayılabilecek yüz gençleştirme uygulamalarındandır. Ameliyatsız bir uygulama olduğu için hastaların anestezi almaları da gerekmez ve bu nedenle ihtiyaç duyulan herkese rahatlıkla uygulanabilmektedir.İple yüz germe işlemine ihtiyacı olan kişiler aşağıdaki şekilde sıralanabilir.Çene bölgesinde aşağı doğru belirgin sarkma olanlar, Genelde 35-60 yaş arasında bulunan, Kırışıklıkları ve sarkmaları çok aşırı derece olmayan, Göz çevresinde mimik kırışıklığı olanlar, Dudak çevresinde kıvrımlı kırışıklığı olanlar, Yüzünde yaşlanma belirtileri çok olanlar, Cildinin daha genç görünmesini isteyenler, Yüzünün her hangi bir bölgesinde sarkma olanlar, Yüzünün her hangi bir bölgesinde kırışıklığı olanlar, iple yüz gerçe tekniği kullanabilirler. Her hangi bir yaş sınırlaması olmayan örümcek ağı estetiğinde, uygulama öncesi yapılan cilt analizi sonuçları da oldukça önemlidir. Bu analiz sonucu ya da ciltte daha önce uygulanmış her hangi bir yöntemden dolayı kişilerin iple yüz germe işlemi yaptıramamaları söz konusu olabilir. Hem bayan hem de erkekler için uygun olan bu yöntem, geleceğin cilt gençleştirme uygulamalarından biridir…Diğer ameliyatlı ya da ameliyatsız cilt gençleştirme yöntemlerine göre daha çok avantaja sahip olan örümcek ağı estetiği, kimyasal reaksiyon içermeyen bir uygulama türü olduğu için seans sonlarında kişilerin acı hissetmeleri de mümkün değildir. Bu özelliği ile de pek çok bay ve bayan tarafından tercih edilen iple yüz germe tekniği, zararı olmayan ancak yararı çok olan bir gençleşme yöntemidir…Gün geçtikçe gençleşen cildin hastalara verdiği moral ile başarılarını olumlu yönde etkilediği bu uygulama, sadece cildin gençleşmesini değil kişilerin kendilerini daha huzurlu ve mutlu hissetmelerini de sağlamaktadır.Örümcek ağı estetiği ile kişilerin 7 ile 10 yıl arasında gençleşmesi beklenmektedir. Kısa sürede bu kadar büyük bir etki yaratan ve anında günlük yaşama devam etmeyi sağlayan bu yöntem, ülkemizde son zamanlarda popülerliği yükselen cilt gençleştirme yöntemlerinden sayılmaktadır. Orta yaş ve yaşlılık kavramını ortadan kaldıracak nitelikte bir uygulama olan iple asma yöntemi, yan etkisi ve zararı olmadığı için bu tür uygulamalar yapmaktan çekinen kişilerin de tercihleri arasında yer almaktadır. Gençleşme ve her zaman güzel kalma isteği bulunan bayanların yöntemi örümcek ağı estetiği, tek bir seans ile uygulandığı için maliyet açısından da oldukça avantajlıdır.Örümcek Ağı Estetiğinden Sonra İyileşme Süresi Ne Kadardır?Örümcek ağı estetiği, genel anestezi gerektirmeyen, hastanın uygulama sırasında he rhangi bir acı hissetmemesi için lokal anestezi ile uygulanan bir yöntemdir. Cerrahi müdahale gerektirmediği için uygulama sonrası hastalar hemen normal hayatlarına dönebilirler. Yüzde her hangi bir bozulmaya neden olmayacağı için hastaların hemen makyaj yapmaları bile söz konusudur. Bu yönü ile pek çok cilt gençleştirme yönteminden ayrılan örümcek ağı estetiği, sadece 30 dakikalık bir uygulama ile cildini gençleştirmek isteyen hastaların beklentilerini karşılamaktadır.Her hangi bir iz kalmaması ve anında iyileşme sağlaması ile hastaların günlük hayatlarına hiç bir olumsuz etkisi olmayan örümcek ağı estetiği, yoğun tempoda çalışan ancak kırışıklık ve sarkmalarından rahatsız olan bay ve bayanların ilk tercihleri arasında olmaktadır…Bu yaşlanmayı durdurmak, cildin göründüğünden daha genç olmasını sağlamak gelişen teknoloji ile artık çok kolay.Her geçen gün yenisi eklenen ya da geliştirilen cilt gençleştirme ve güzelleştirme uygulamalarından olan iple yüz germe tekniği de bu nedenlerden dolayı çok tercih edilmektedir. Yan etkisi, uygulama sırasında ve sonrasında ağrı olmayan bu uygulama, en çok tek seans ile sonuca ulaşılabildiği için ilgi görmektedir. Maddi açıdan da zaman açısından da tasarruflu bir cilt gençleştirme yöntemi uygulamak istiyorsanız siz de örümcek ağı estetiği yaptırabilir, kısa sürede 10 yaşa kadar gençleşip yaşıtlarınızı kıskandırabilirsiniz.”*,

-“Hizmetlerimiz-Alexandrite Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Polikliniğimizde bulunan Alexandrite (Aleksandrayt) Lazer Epilasyon cihazları FDA onaylı ve CE sertifikalıdır. Alexandrite lazer epilasyonun başarısı tüm klinik çalışmaları ve sağlık otoriteleri tarafından ıspatlanmış ve onaylanmış cihazlardır.Yeni ve en son teknolojiAlexandrite lazer epilasyoncihazlarımız ile esmer kişiler dahil rahatlıkla çalışılmaktadır…En çok tercih edilen lazer epilasyon teknolojisidir…Alexandrite lazer epilasyonuygulaması alan hastamız, 8-12 günleri arasında gelip ÜCRETSİZ kontrol seansını alır.”*,

-“Hizmetlerimiz-Diode Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Diode lazer epilasyonun en önemli özelliğiçok esmer kişilere bile çalışılabiliyor olması ve ağrısız ve acısız lazer epilasyon teknolojisidir…Bu işlem ile cilt tabakası yavaş yavaş ısıtılır ve hasta da diğer cihazlara göre daha konforlu bir uygulama geçirmiş olur…Böylelikle hem daha hızlı ve etkili bir çalışma ortaya çıkar hem de ağrısız epilasyon yapılmış olur…Diodelazer epilasyonuygulaması alan hastamız, 8-12 günleri arasında gelip ÜCRETSİZ kontrol seansını alır.”*,

-“Hizmetlerimiz-Ndyag Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Bazı kişilerde 3 seansa kadar kesin sonuç görülürken, bazı kişilerde hormonlar nedeni ile 12 seansta ancak sonuç alınabilmektedir. Ama genellikle, yüz bölgesi lazer epilasyon 6-12 seans sürerken, diğer bölgelerde 4-8 seans arasında kesin sonuç alınmaktadır… Nd:Yaglazer epilasyonuygulaması alan hastamız, 8-12 günleri arasında gelip ÜCRETSİZ kontrol seansını alır.”*,

-“Hizmetlerimiz-Altın Maske” başlığı altında; *“(...)yüksek başarı oranını göz önünde bulundurduğumuzda ve alınan sonuçlarla fiyatı karşılaştırdığımızda hala en ekonomik yollardan biri olarak görünmektedir.Maskeyi uyguladıktan sonra maskenin cildinizde oluşturacağı detoks etkisinden ötürü de uzun vadede iltihaplı hastalıkların ve akne gibi bakteri türlerinin yeniden türememesini garanti etmektedir.”,*

-“Hizmetlerimiz-Kimyasal Peeling” başlığı altında; *“Yeni biriyle her tanışmamızda, ilk intibayı cildimiz aracılığıyla bıraktığımızdan, cildimizin görünümünü daha sağlıklı hale getirmek, kırışıklarımızı minimum seviyeye indirmek için çeşitli yöntemler olsa da kimyasal peeling en etkili ve en sağlıklı yöntemdir. Kimyasal peeling ile hiperpigmentasyon oranı azaltılır ve cildinizin renk homojenitesi sağlanarak cildinizin sağlıklı bir görünüme kavuşması çok daha kolay bir hal alabilmektedir. Melasma ve akne gibi çeşitli dermatolojik sorunlarınızdan yüksek başarı oranı ile kurtulmanıza yardımcı olarak hem bedensel hem de ruhsal sağlığınız açısından yüzünüzü güldürmektedir…Bu peeling uygulamaları, cildinizin daha yeni ve daha genç görünmesini sağlayıp, kullanıcının yaşam standartlarında herhangi bir olumsuz etki bırakmamaktadırlar…Ancak gözünüz hiç korkmasın, profesyonel eller tarafından uygulandığında çok basit ve sağlıklı bir yöntemdir.”,*

-“Hizmetlerimiz-Somon DNA Tedavisi” başlığı altında; *“Genç ve güzel kalmak isteyen özellikle bayanlar, bu yöntemlerden, uygulama sırasında cerrahi müdahaleye gerek duyulmayanları daha çok tercih ediyor. Bunun nedeni bu yöntemlerin daha kısa sürede sonuç vermesi ve etkilerinin daha uzun süre devam etmesidir. Cerrahi işlem yapılmadan uygulanan bu yöntemler daha doğal oldukları ve uygulama bölgesinde her hangi bir iyileşecek hasar bırakmadığı için kişilerin daha kısa sürede günlük hayatlarına dönmeleri söz konusudur. Bu sayede gençleşip güzelleşen bayanların aynı zamanda günlük hayatlarına da devam etmesi mümkündür.Bayanların son zamanlarda en çok başvurduğu anti-aging yöntemlerinden birisi desomon DNA tedavisidir. Yine cerrahi müdahale gerektirmeyen bir işlem olan bu yöntemde doğal olarak elde edilen somon balığı sütünden yararlanılır. Kısa sürede hasarlı bölgeye etki edip onaran bu uygulama, son yıllarda ülkemizde iyice bilinmektedir…Hem insan DNA’sına benzerliği hem de bu özelliğinden dolayı, cilt yenilenmesi, tazelenmesi ve anti-aging etkisi için somon balıklarından yararlanılmaktadır. Uygulama kriteri olarak yaşın önemli olmadığı yöntem, 20 yaşındaki bir gence de uygulanabilir…Cilt yaşlanmasını durduran ve yaşlanan cildin gençleşmesini sağlayan bu yöntem ile artık yaşlılık kavramı tarihe karışacak diyebiliriz…Canlanan ve tazelenen cilt kişilerde daha genç bir görünüme neden olur. En etkili anti-aging uygulamalarından olan bu yöntem, cilde farklı bir nemlilik kattığı için etkisi daha uzun süre devam eder…Cildin ihtiyacı olan tüm protein ve vitaminlerin takviyesini sağlayan somon DNA tedavisi, cildin doğal olarak onaran bir yöntemdir…Somon DNA tedavisi bu yönü ile en ağrısız cilt gençleştirme yöntemlerinden biridir…Bu kızarıklıklar kısa sürede yok olup sanki cilde hiç bir şey uygulanmamış gibi bir görüntü oluşur…Somon DNA tedavisi uygulatan kişilerin ciltlerinde gözle görülen ilk etki, cildin olduğundan daha parlak ve canlı durmasıdır. Kişinin kendisi dışında yakın çevresinin de farkına vardığı bu değişim derinin mikro dolaşımının hızlandırılıp epitel hücrelerinin yenilenmesini ile sağlanır. İkinci olarak fark edilen etki ise cildin daha gerginleşip kırışıklıklarının azalmasıdır. Kişiye daha genç bir görünüm kazandıran bu değişim kırışıklıklardaki çöküntülerin dolması ile sağlanır…toparlanma ve gerginlik kısa sürede bu sorunun ortadan kalkmasını sağlar. Ani kilo alım verimi ile oluşan vücut çatlaklarında da etkili bir yöntem olan somon DNA tedavisi, vücut ve cilt ile ilgili hemen hemen tüm sorunların çözümü için tek bir uygulama olma özelliğindedir.Cildin nem dengesini de sağlaması nedeni ile etkisi daha uzun süren ve cilde tazelik katan bu yöntem, diğer anti-aging yöntemlerine göre daha fazla tercih edilir…Somon DNA tedavisi yaptıran kişiler “Benjamin Button” filmindeki gibi gençleşme yaşarlar. Yaşlı bir insanın yüz yapısına sahip olarak doğan bir bebeğin, gün geçtikçe büyüyüp yaşlanması gerekirken tam tersi, her sabah daha da gençleşmesini konu alan filmdeki gibi uygulama yaptıran kişiler de her sabah daha gençleşmiş olarak uyanırlar. Bu gençleşmenin yaklaşık 10 sene kadar geri gitmesi beklenir…Bu yöntemler cerrahi uygulamaya gerek duyulmaması, kısa sürede sonuç alınması ve alınan sonucun kalıcı olması yönü ile birbirlerine çok benzerler.Somon DNA tedavisinin diğer cilt bakım uygulamalarına göre en büyük farkı, cildin bütün katmanlarına etki edip tüm eksiklerini tamamlamasıdır. Diğer uygulamalarda cildin kolajen üretmesi için gerekli çalışmalar yapılsa da somon DNA tedavisinde elde edilen nemlilik kadar etkili olmamaktadır. Somon DNA tedavisi öncesi cilde uygulanan hyaluronik asit sayesinde ciltte oluşturulan yoğun nem, bu yöntemi diğer yöntemlerden ayıran en önemli özelliktir. Diğer gençleştirme uygulamalarında da benzer şekilde cildin alt yapısı hazırlansa da, yoğun nemlilik katılmadığı için somon DNA tedavisinden br adım geride kalmaktadırlar. Çünkü bir cildin genç ve sağlıklı görünmesi için mutlaka neme ihtiyacı vardır ve somon DNA tedavisi de bunu fazlası ile karşılamaktadır. Nem oranı dengelenen cilt her zamankinden daha canlı ve daha genç görünümlü olmaktadır.Somon DNA tedavisinin etkisi diğer tedavi yöntemlerine göre daha çabuk kendini gösterir. Hemen ilk seanstan sonra kişinin kendi ve yakınları tarafından fark edilen etki, ikinci ve üçüncü seanslardan sonra daha da belirginleşir. Diğer cilt gençleştirme yöntemlerinde derinin sadece tek bir tabakasına işlem uygulanırken, somon DNA tedavisinde cildin tüm katmanlarına yenileme işlemi uygulanır.”* ifadeleri ile,

* www.elmaslife.com adresli internet sitesinin 17.4.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“3 şubemizde 40’dan fazla estetik ve güzellik uygulamaları ile hizmet vermekteyiz.Güzelliğinize bilinçli ve uzman dokunuş.Tam gün doktor denetiminde 3 çeşit lazer epilasyon cihazımız ile 7 yıldır hizmetinizdeyiz.Bilinçsizce yapılan diyetlere ve zayıflama uygulamalarına son!Diyetisyenimiz tarafından hazırlanan tamamen ücretsiz kişiye özel ve düzenli kontrol ile fazla kilolarınızdan kurtulurken sağlığınızı koruyun.”*,

-“Alexandrite Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Alexandrite lazer epilasyon 755 nm dalga boyunda çalışan Türkiye ve Dünya genelinde en çok tercih edilen FDA ve CE onaylı, bilinen hiç bir yan etkisi ve zararı olmayan lazer epilasyon teknolojisidir.Alexandrite lazer epilasyon teknolojisinin ülkemizde en çok tercih edilme sebebi türk insanının kıl yapısı ve cilt rengine en uygun cihaz olmasıdır. Alexandrite lazer epilasyon açık renkli cilt ve koyu renkli ve kalın kıl tipine sahip insanlarda çok etkili sonuçlara sahiptir.”,*

-“Diode Ütüleme Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Diode lazer epilasyon çok ağrılı bir sistem olmasına karşın, yeni nesil Ütüleme Sistem Diode Lazer Epilasyon en ağrısız lazer epilasyon teknolojisidir.”,*

-“Leke Tedavisi” başlığı altında; *“İlk maddede belirtilen ilaçların büyük çoğunluğu kansorojen ve cilt sağlığı açısından çok zararlı olduğu için dünya genelinde bir çok ülkede kullanımı ve satışı yasaklanmıştır.Medikal Estetik uygulamalar ise zararsız ve çok büyük başarı yüzdesine sahip uygulamalardır. Bu uygulamalar epidermisdeki ölü hücre tabakasında aşınmanın hızlanmasına ve alt tabakadaki canlı hücrelerin gelişimin hızlanmasına neden olur. Böylece, üstteki ölü hücreler soyulur ve alttan yeni hücre gelir. Bu işlem kişinin ihtiyacına bağlı olarak optimum süre tekrarlanır ve lekeli katman soyularak leke tedavisi yapılmış olur…Leke tedavisinde merkezimizde uygulanan birden fazla yöntem bulunmakta ve kişinin cilt analizine, problemi ve hedeflenen çözüm ve zamana göre en etkili yöntem seçilmektedir.”,*

-“Cilt Analizi” başlığı altında; *“Botoks ve Dolgu ihtiyacınız varsa, uygulama bölgesi analiz edilirek nereye ne kadar dolgu gerektiği belirlenir ve daha etkin dolgu uygulaması yapılır.Cilt analiz cihazımız ile sadece cildinizin değil, aynı zamanda kirpiklerinizin de 3 boyutlu analizi yapılmaktadır.”,*

-“Dermaeroller” başlığı altında; *“Bu sayede hem epidermiste oluşan mikro iğne yaraları ile cilt uyarılır hem de cildinizin ihtiyaç duyduğu serumlar cildinizin alt tabakasına geçerek maksimum etkinin minimum sürede görülmesi sağlanmış olur.”,*

-“Fraksiyonel Needle” başlığı altında; *“İğneler cilde dik olarak batırıldığı için acı hissi minimuma indirilmiştir. 1 dk. da 54.000 micro kanal açarak muhteşem bir yenileme sağlar. Dermaroller ile 6 seansta görünecek etkiyi Fraksiyonel İğne Tedavisi TEK seansta gösterebilmektedir.”,*

-“IAL Gençlik Aşısı” başlığı altında; *“Yıllara meydan okurcasına genç kalmak, yılların yüzümüze verdiği kırışıklıklardan kurtulmak ve her zaman parlak bir cilde sahip olmak herkesin hayalidir. Bu sebeple anti-aging bakım içeren kozmetik ürünler kullanırız. IAL Gençlik aşısı, bütün bunları 3 seansla yapan etkisini 2. günden sonra gösteren mucizevi bir gençleşme yöntemidir.Hemen hemen tüm anti-aging ürünlerin bileşenlerinden bir tanesi de efsane güzellik maddesi Hyaluronik asittir. Bu ürünler deri üzerinden cilde verildiği için, cilt altına tamamı geçmez ve içerisindeki hyalüronik asit miktarı kısa zamanda etki göstermek için yeterli değildir. IAL Gençlik Aşısı %100 Hyalüronik Asit içerdiği için ve deri altına enjekte edildiği için etkisini 2. günden itibaren hissedebilirsiniz. Peki, bilindiği üzere asitler cilde zarar vermesine rağmen neden hyalüronik asit cildi gençleştirir, kırışıklık azaltır ve zarar yerine yarar sağlar? Hyalüronik asit, vücuttaki nem, esneklik ve hücre yenilenmesini sağlayan kolajenleri harekete geçiriyor 2. günden itibaren ciltte belirgin canlılık, parlaklık, kırışıklıklarda iyileşme ve gerginlik sağlıyor.”,*

-“PRP Gençlik Aşısı” başlığı altında; *“15 gün ara ile 4 seans olarak uygulanması halinde maksimum etki görülür.Uygulamanın amacı:Lazer / peeling gibi uygulamalardan hemen sonra, derinin hızla yapılanmasını sağlamak,Deride yılların ve UV ışınlarına maruz kalmanın sonuçlarını geriye döndürecek biçimde kırışıklıkların düzelmesini, çöküntülerin giderilmesini, esneklik ve parlaklığının yeniden kazandırılmasını sağlamak,İyileşmesi uzun süren yara, çatlak ve deri niteliğinin zarar gördüğü durumların kontrolünü sağlamak,Saç dökülmesinde tek başına kullanmak veya diğer tedavi seçeneklerinin etkisini güçlendirmek gibi amaçlarla ve yukarıda belirtilen alanlar dışında pek çok alanda başarıyla uygulanmaktadır.”,*

-“Kimyasal Peeling” başlığı altında; *“Deriyi canlandırmak, gençleştirmek, görünüşünü iyileştirmek için bazı kimyasal solüsyonların uygulaması işleminekimyasalpeelingadı veriliyor…cildin daha canlı ve parlak görünmesi ve ayrıca çeşitli cilt lekelerinin tedavisi için sadece uzman hekimler tarafından uygulanan bir yöntemdir…Özetle yüzeysel peeling cildi canlandırmak, derin peeling ise deriyi canlandırmak yanında güneş lekeleri, melesma gibi hormonal lekeler, akne izleri, ince kırışıklıklar ve cilt kalışmalarının tedavisinde de kullanılmaktadır.”,*

-“Cryo Lipoliz” başlığı altında; *“Cryo (Soğuk) Lipoliz kontrollü soğutma sistemi ile yağları giderme tedavilerinde kullanılan son teknolojidir.Bu devrim yaratan teknoloji, yeni kanamasız ve ağrısız prosedüre dayalı tedavi bölgesini soğutarak bölgesel yağlanmaları azaltır…Sıcaklık ve vakum gücü bağımsız olarak başlıklar tarafından kontrol edilebilir.Geniş soğuk-temas bölgeleri.5°C’den -8°C’ye kadar tedavi olanağı.Cryo, soğuk uygulaması güvenli tedavileri garantileyen seramik başlıklar ile yapılmaktadır.”,*

-“Selülit Tedavisi” başlığı altınında; *“Elmas Life Estetik ve Güzellik olarak Selülit Tedavisinde birbirinden farklı cihazlarımız ve Selülit Masajımız ile hizmetinizdeyiz.”,*

-“LPG-Integral” başlığı altında; *“LPG – Integral, Dünyada FDA onayı alan ilk anti-aging teknolojisidir.20 yılı aşkın bir süredir Lpg firması bağ dokusu terapilerinde dünya lideridir…Hasta güvenliği için özel olarak geliştirilen yeni LPG Integral’in Hedefleri ; İnatçı yağların giderilmesi ve vücut hatlarının yeniden kazandırılmasını, Dengeli bir biçimde vücudun form kazanmasını, Cildin sıkılaşması ve pürüzsüzleşmesini, Selülit giderimi ve cildin form kazanmasını sağlar.”,*

-“VelaShapell” başlığı altında; *“Bu etki ise çok hızlı bir şekilde yok olmaktadır ve günlük faaliyetlere çok rahat bir şekilde devam edilebilmektedir.”,*

-“Dolgu” başlığı altında; *“Dolgu enjeksiyonları cerrahi operasyonlara göre ağrısız, ekonomik olması, uygulama sonrası özel bakım gerektirmemesi, kliniklerde uygulanabilmesi ile son yıllarda artarak uygulanmaktadır…Başlangıçta kalıcı dolgulardan çok geçici dolgular tercih edilmelidir.”,*

-“Eximia” başlığı altında; *“Eximia kendine özgü geliştirdiği metod ile vücudun her bölgesine uygulabilecek bir yöntemdir.Kavitasyonel ultrasound, elektroporasyon ve vakum sistemlerini birleştirerek üretilmiş kombine bir cihazdır.İstenmeyen yağlardan kurtulmak adına tasarlanan Eximia:Bugüne kadar yapılan uygulamalardan sonuç alamayanlar, Liposuction operasyonu yaptıramayanlar ya da yaptırmak istemeyenler, Uuzn süre diyet yapıp bölgesel yalardan kurtulamayanlar için mucize bir yöntemdi.Eximia ses dalgaları ile yağları parçalayan ve yağ hücresini tamamen yok eden bir yöntemdir.Eximia invaziv bir girişim olmadan cilt yüzeyinden yapılan bir uygulamadır.Patentli Ultraporasyon teknolojisi ile 3 cm derinliğindeki istenmeyen yağları yok edebilen özel bir metoda sahiptir.Ses dalgalarının meydana getirdiği kavitasyon balocukları ile yağ hücrelerini yok ederken bu yöntemin etkisini artıran elektroporasyon ile diğer cihazlardan farklılaşır.Uygulaam sonrası yapılan vakum ile endormolojik masaj ile atık yağların vücuttan uzaklaştırılması sağlanır.Patentli cihaz tasarımı ve metodu ile rakipsiz bir yöntemdir.”* ifadeleri ile,

* www.cryolipoliz.com adresli internet sitesinin 16.4.2015 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“Soğuk Lipoliz Nedir?Soğuk Lipoliz bölgesel zayıflama uygulamalarında çığır açan, en son trend uygulamadır. Soğuk Lipoliz, Liposuction uygulamalarına alternatif ameliyatsız ve ağrısız devrim niteliğinde bir uygulamadır. Soğuk Lipoliz ile istenen sonuca ulaşmak için TEK SEANS yeterlidir…Soğuk Lipoliz’in zayıflatıcı etkisi 2. haftanın sonunda gözlenmeye başlar ve 3. ayın sonunda 12 cm’e kadar etkili bir incelme gözlenir.”,*

-“Soğuk Lipoliz Nedir?” başlığı altında; *“Kan dolaşımı yavaşlayan bölgede soğuma işlemi daha hızlı ve etkili olur…Liposuction uygulamasının agresif etkisinden, yara ve ağrılarından çekinen kişilerin hiç çekinmeden kullanabileceği etkili bir uygulamadır.”,*

-“Soğuk Lipolizin Etkileri Nedir?” başlığı altında; tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

* www.facebook.com adresli internet sitesinin 16.04.2015 tarihli görünümünde; *“Güzelliğe bilinçli ve uzaman dokunuş.1 Mart 2015 tarihine kadar sayfamızı beğenen kişilerden çekilişle seçilen 3 kişiye 1 seans koltukaltı lazer hediye.8-15 Mart tarihlerinde cilt ve zayıflama uygulamaları %25 indirimli”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliğinde değerlendirildiği ve 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,

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Elmas SELİMOĞLU (Özel Elmas Life Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2015/544**

**Şikayet Edilen:** **Şanzelize Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ankaraguzellikmerkezleri.com](http://www.ankaraguzellikmerkezleri.com) adresli internet sitesinde yayınlanan kuruluşa ait 14.4.2015 tarihli tanıtımlarda; kuruluşun verdiği hizmetler arasında “Kavitasyon, Kızılötesi, Kimyasal Peeling” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı; ayrıca, kuruluşta bulunan ve tıbbi işlemlerin uygulanmasında da kullanılan "Velashape" isimli cihazın övücü nitelikte tanıtımı yapılarak söz konusu cihaz için *" FDA onayı olan tek cihaz, son teknoloji cihaz"* gibi ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

- 10.01.2015 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**50)**

**Dosya No: 2015/556**

**Şikayet Edilen:** **Karmen Güzellik Salonu Pazarlama ve Sağlık Hizmetleri İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti. (Karmen Beauty Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ankaraguzellikmerkezleri.com](http://www.ankaraguzellikmerkezleri.com) adresli internet sitesinde yayınlanan kuruluşa ait 14.4.2015 tarihli tanıtımlarda yer alan yazı içeriğinde; kuruluşun isminin "Karmen Beauty" olarak nitelendirilerek kuruluşun bir güzellik salonu olduğunun açıkça belirtilmediği; ayrıca, *“ Salonumuzdaki bütün ürünler ve uygulama mekanizmaları son teknoloji olmakla birlikte hepsi Sağlık Bakanlığı onaylı ve aynı zamanda tamamen hijyeniktir.”* ifadelerine yer verilerek kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve aynı alanda faaliyet gösteren diğer kuruluşlardan daha iyi olduğu yönünde izlenim kazandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte davrandığı, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin 16, 16.1, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri,

- 10.01.2015 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Karmen Güzellik Salonu Pazarlama ve Sağlık Hizmetleri İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd. Şti. (Karmen Beauty Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2015/557**

**Şikayet Edilen:** **M&M Güzellik Salonu ve Make-Up Studio**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.10.2013**-**15.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 15.4.2015 tarihli görünümünde yer alan 21.1.2015, 12.11.2014, 23.10.2014, 8.7.2014, 6.7.2014, 4.6.2014, 3.6.2014, 5.11.2013, 2.11.2013, 30.10.2013 ve 24.10.2013 tarihli paylaşımlarda; kuruluşun verdiği hizmetler arasında “Ayak Detoksu, İğneli Epilasyon, Kavitasyon, Lazer Epilasyon” gibi kuruluşun yetkisi uyarınca olmayan ve doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı; ayrıca, bu işlemlere ilişkin kampanyalar düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16.1 inci maddesi;

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

- 10.01.2015 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 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 **M&M Güzellik Salonu ve Make-Up Studio** 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.

**52)**

**Dosya No: 2015/619**

**Şikayet Edilen:** **Diem Güzellik Salonu (Müzeyyen ÇILDIR, Didem ÖZTÜRK)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 02.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun verdiği hizmetler arasında “Lazer Epilasyon, İğneli Epilasyon” gibi kuruluşun yetkisi uyarınca olmayan ve doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı ve kuruluşun isminin “Diem Epilasyon ve Güzellik Merkezi” olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı; diğer taraftan, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan isimden farklı bir isim kullanmak suretiyle tüketicileri yanılttığı, tüm bu durumların;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16, 16.1, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri;

- 10.01.2015 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 **Diem Güzellik Salonu (Müzeyyen ÇILDIR, Didem ÖZTÜRK)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2015/623**

**Şikayet Edilen:** **Elmas SELİMOĞLU (Elmas Epilasyon ve Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 01.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun verdiği hizmetler arasında “Lazer Epilasyon, Kavitasyonlu Peeling, Kavitasyon” gibi kuruluşun yetkisi uyarınca olmayan ve doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 nci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğinin 16, 16.1, 16.3 ve 16.4 üncü maddeleri;

- 10.01.2015 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 **Elmas SELİMOĞLU (Elmas Epilasyon ve Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2015/624**

**Şikayet Edilen:** **Göksoy Sağlık Turizm İnşaat Tıbbi Yayıncılık Tic. A.Ş. (Özel Bölge Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Excimer Lazer ile Gözlüklerinize Elveda”***başlıklı broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürlerde; *“Excimer Lazer ile gözlüklerinize elveda.Excimer Lazer ile Miyop, Hipermetrop ve Astigmat gözlüklerinden kurtulabilirsiniz!Hastalıkta ve sağlıkta hep yanınızda.Yakın Gözlüklerinizden kurtulun!SGK mensuplarına yakın gözlüklerinden kurtulma (Multifokal Iol İmplantasyonu) operasyonlarında ayrıcalıklı hizmet.Hastalıkta ve sağlıkta hep yanınızda.Net Görmek Mümkün.SSK mensuplarına dikişsiz Fako yöntemiyle katarakt operasyonlarında ayrıcalıklı hizmet.Hastalıkta ve sağlıkta hep yanınızda.Göz ünitemizde sunduğumuz hizmetler…”* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu broşürlerde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Göksoy Sağlık Turizm İnşaat Tıbbi Yayıncılık Tic. A.Ş. (Özel Bölge Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2015/625**

**Şikayet Edilen:** **Birtıp Özel Sağlık Hizmetleri ve Tic. A.Ş. (İstanbul Göz Hastanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.igh.com](http://www.igh.com) adresli internet sitesinin 02.06.2015 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“Gözünüzün sağlığı bizim için önemlidir.Katarakt ameliyatı sonrasında hem yakını hem de uzağı net görün!Gözleriniz lazer tedavisine uygun mu?Hemen testimizi çözün, Excimer Laser tedavisi için uygunluk derecenizi öğrenin.”*,

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“Göz hastalıkları teşhis ve tedavi hizmetleri sunumunda kalite ve güveni sağlamak… Faaliyet alanımızda bilimselliği kanıtlanmış ileri ve yeni teknolojileri kullanmak… iyi ve kaliteli hizmeti sunmak için rehber olarak kullanmak. İstanbul Göz Hastanesi, kanun ve mevzuatlar çerçevesinde, her türlü göz sağlığı hizmetini 365 gün/24 saat kesintisiz olarak vermek.Hasta memnuniyetini arttırmak, Tıbbi ve teknolojik yenilikleri takip ederek bilimselliği kanıtlanmış tedavi yöntemlerini uygulamak, Tüm sağlık personelimizi konusunda uzman ve deneyimli kişilerden oluşturmak.Hastalarımıza ihtiyaç duydukları hizmeti en kısa zamanda vermek, Toplumumuzu göz hastalıkları ve tedavi yöntemleriyle ilgili yazılı, sözlü, görsel basın, İnternet, seminerler ve kongreler yoluyla bilgilendirmek ve maddi imkansızlıkları olan kişilere tedavilerinde yardımcı olmak, Hastalarımızı hasta hakları ve sorumlulukları konusunda doğru ve detaylı bilgilendirmek, Eğitim faaliyetleri ve sosyal aktiviteler düzenleyerek, personelimize kişisel ve mesleki gelişimlerini sağlayacak bir çalışma ortamı yaratmak, Hastalarımızın tüm şikayet ve sorunlarını değerlendirerek hizmet kalitemizi artıracak çözümleri hızla üretmek, Ameliyatların kalitesinden ödün vermeden tüm tedavileri yararı kanıtlamış teknolojiler ve kaliteli malzemeleri kullanarak yapmak… İstanbul Göz Hastanesi olarak hedefimiz sizlere mümkün gerekli sağlık hizmetini verebilmektir. Bizler tüm hastane çalışanları olarak yalnızca hastalarımızın değil, ilişki içinde bulunduğumuz tüm insanların yaşam kalitesine karşı duyarlı olmak gerektiği düşüncesindeyiz. Hastanemiz Türkiye Cumhuriyeti kanun ve yönetmelikleri ve Dünya Hasta Hakları Bildirgeleri’nin belirlediği kurallar doğrultusunda yüksek standartlarla bu bakımı sağlamayı amaçlamıştır. Aşağıda okuyacağınız tüm hak ve sorumluluklar bir hasta ve hasta yakını olarak İstanbul Göz Hastanesi' nden alacağınız hizmetin mümkün olduğunca yüksek kalitede sunulmasını amaçlamaktadır. İstanbul Göz Hastanesi hasta gereksinimlerine duyarlı ve bu doğrultuda karar alabilen bir kuruluştur.Sizlere daha kaliteli bir hizmet verebilmemiz için, hak ve sorumluluklarınız ile ilgili soru ve düşüncelerinizi bizimle paylaşmakta tereddüt etmeyiniz… Kaliteli hizmet alma hakkınız:İnanç ve değerleriniz doğrultusunda bir bakıma ulaşma ve bundan eşit olarak yararlanma hakkınız vardır.Tedaviniz ile ilgili bilgi alma hakkınız:Bir hasta olarak hastalığınızın tanısı, tedavinizin seyri ve izlenecek prosedürler'le ilgili bilgi alma, tıbbi bakım aldığınız kişileri tanıma, tedaviler konusunda bilgilendirildikten sonra tedaviyi reddetme, tedavinizin herhangi bir aşamasında ikinci bir görüşü isteme hakkınız vardır.Özel hayat ve gizliliğin korunması hakkını:Bir hasta olarak, tıbbi bakımınızın her aşamasında mahremiyetinize özen gösterilmesini, kişisel bilgilerinizin gizli tutulmasını ve ancak uygun gördüğünüz durum ve kişilerle paylaşılmasını isteme hakkınız vardır.Tedavinizle ilgili onay verme hakkınız:Hastanemizde size önerilen tedaviye katılma ve girişimsel işlemin siz aydınlatılıp, onayınız alındıktan sonra uygulanmasını isteme hakkınız vardır. Ayrıca tedavinizi gerçekleştirecek personeli seçme ve değiştirme hakkınız vardır.Bakım ve tedavinizle ilgili sorun, şikayet ve teşekkürlerinizi paylaşma hakkınız:Size daha iyi ve kaliteli bir hizmet sunabilmek, sizlerin kurumumuzdan tam olarak yararlanmanız ve sizlerle sağlık personelimiz arasındaki yararlı ilişkiyi desteklemek amacı ile uygulanan Hasta Memnuniyet Anketi'ni doldurarak veya Hasta Hakları Birimimiz ile bağlantı kurarak sorun, şikayet ve önerilerinizi paylaşma hakkınız vardır.”,*

-“Excimer Laser&Lasik Birimi” başlığı altında; *“Bu lazer ile saç teli üzerine çizgi çizmek mümkündür…Yaklaşık olarak 1,5-2 saat kadar süren muayene ve tetkikler sonucu elde edilen veriler hekimimiz tarafından değerlendirilerek size en uygun tedavi yöntemine karar verilir…LASIK, dünyada sık tercih edilen ve hasta açısından konforlu bir yöntemdir. LASIK ağrısız-acısız bir girişimdir. Damla anestezisi uygulanır…Bu tedavi sonucu hastanın görme kapasitesi sınırları zorlanır hatta zaman zaman normalüstü görüş elde edilebilir…kullanılan wavefront teknolojisi, oftalmoloji alanında ise gözün optik sistemini daha mükemmelleştirmek amacıyla kullanılmaya başlanmıştır…. Wavefront eşlikli LASIK’in daha kaliteli görüş ve daha az gece görüş yan etkisi yaptığına dair kanıtlar mevcuttur…Görüş kalitesi gözün görmesi gerektiği kadar iyi görmesidir. Yani merkezden, yanlardan, alacakaranlıkta ve gece o göz için mükemmel olan görmenin yakalanması önemlidir. Yoksa gün içinde birçok lazer tedavisi olmuş hasta çok iyi görme seviyesindedir ama bir kısmı gece ve alacakaranlıktaki görüşünden şikâyet eder. T-CAT ve F-CAT yöntemleri bu tip şikâyetleri en aza indirerek görüş kalitesini arttırmaktadır.T-CAT yöntemi lazerde ilk göze özel uygulanan yeni boyutta bir teknolojidir. Lazerle göz ameliyatlarında T-CAT (Topolyser Customized Ablation Treatment) ile ileri derece miyoplarda da yüksek başarı elde edilmektedir…ışığı boyu ne kadar küçükse ameliyat o kadar başarılı oluyor. T-CAT teknolojisi bu açıdan avantajlı bir teknolojidir…Bu tedavi ile korneanın tüm yüzeyinde simetri sağlanmakta, ayrıca görme keskinliği, mesopik (yarı karanlık) ve skotopik (karanlık) ortamlarda daha iyi görüş kalitesi ortaya çıkmaktadır. T-CAT göze özel yöntemler içinde en çok kullanım alanı bulan yöntemlerdendir…Ancak gerçek anlamda en çok faydalı olduğu alan önceden tedavi edilmiş ve başarısız olmuş gözlerdir…Hastanemizde Allegretto Wavelight 400 Hz Eye-Q Excimer Lazer cihazı kullanılmaktadır. Alegretto Wavelight'ın patentli Mükemmel Atış Teknolojisi (Perfect Pulse Technology™) sayesinde bütün tedavi boyunca her bir lazer atışının kontrollü yapılması sağlanır…Yeni lazer sisteminde, yüksek numaralı hastalar çok daha başarılı tedavi edilebiliyor. Miyoplar için 15 derece, hipermetroplar için 8 derece ve astigmatlar için 6 dereceye kadar yüksek başarı şansı var. Özellikle bugüne kadar çok başarılı olunamayan hipermetrop hastalarda numaranın tamamen düzelme şansı oldukça yüksektir. Birçok teknik özelliğe sahip olan T-CAT lazer, tedavi edilen hastanın göz özelliklerine göre programlanabiliyor. Gece ışık dağılmaları (gece araba farlarının gözü aşırı kamaştırması gibi) şikâyetleri bu yöntem sayesinde tamamen ortadan kalkabiliyor. 400Hz'lik hızıyla en kısa sürede düzeltme yapan lazer cihazıdır…1mm'den küçük ışınlar ile tedavi yapıldığı için yüksek numaralarda da keskin görüş ve iyileşme sağlar. Amerika da FDA onayı alabilmek için 1200 miyop ve hipermetrop hastalarda yapılan tedavinin sonuçlarının incelenmesinde FDA' nın katı standartlarının çok üzerinde neticeler elde edilmiştir. Wavelight excimer lazer FDA klinik çalışmalarında diğer excimer lazerlerden hem sonuçların tutarlılığı hem de yan etkilerin azlığı bakımından daha başarılı bulunmuştur…Göz doktorları neden Excimer Laser tedavisi olmazlar?Yanlış: Göz doktorları da kendi kırma kusurlarını (miyop, hipermetrop ve astigmat) düzeltmek için gözlük – kontakt lens takarlar veya gözlükten kurtulmak için Excimer Laser tedavisi olurlar. ISRS (Uluslararası refraktif cerrahlar birliği) üyesi göz doktorlarının yaklaşık yüzde 25i laser göz ameliyatı olmuştur.”,*

-“Katarakt” başlığı altında; *“Göz ameliyatları içerisinde, başarı oranı en yüksek olan ameliyatlardandır. FAKO yöntemi ile operasyon, bu başarıyı daha da yükseltmiştir. Hasta ve hekim memnuniyetinin yüksek olduğu bir operasyondur.Katarakt ameliyatı FAKO yöntemi ile dikişsiz olarak gerçekleşmekte, gözün uzun süre bantlanmasına gerek kalmamakta, hasta ameliyatın ertesi günü, günlük aktivitesine kavuşabilmektedir.Katarakt ameliyatından sonra eğer varsa hastanın kırma kusuru sıfıra yaklaşır. Ameliyat öncesi ileri derecede miyop veya hipermetrop gözlük kullanan hastalar bundan da kurtulurlar…Hastanemiz bu yöntemle ilgili gelişmeleri yakından takip etmekte, mevcut veriler ışığında aşağıda belirtilmiş olan kısıtlamalar nedeniyle bu yöntemi uygulamayı henüz tercih etmemektedir…Bunun tedavisi çok kolay bir şekilde YAG Laser adı verilen kısa bir işlemle ayaktan gerçekleştirilir. Hasta ameliyattan sonra kavuştuğu net görmeyi yeniden elde eder…Katarakt ameliyatı sonrasında hem yakın hem de uzağı net görün! Katarakt ameliyatı sırasında göze takılacak Multifokal (çok odaklı) Mercekler ile yakını, orta mesafeyi ve de uzağı net görebilirsiniz.”,*

-“Glokom” başlığı altında; *“Hem glokom hem de refraktif cerrahi hastalarının tanı ve takiplerinde güvenilir sonuçlar verir…Ayrıca ORA, diğer cihazlarda bulunmayan hassas ölçüm tekniği sayesinde en erken dönemde tanı koyulmasını sağlamaktadır…Katarakt, excimer laser gibi refraktif cerrahi düşünülen hastaların göz tansiyonu ölçümlerini doğru şekilde ölçümleyerek, operasyonların değerlendirilmesinde daha yüksek güvenilirlik sağlar. Refraktif cerrahi sonrası ameliyata bağlı gözde meydana gelen değişikleri de değerlendirir ve göz tansiyonunu hassas şekilde ölçümler…Selektif Laser Trabeküloplasti (SLT), glokoma bağlı göz içi basıncını düşüren basit ve oldukça etkili bir lazer tedavisidir…SLT hastayı zora sokmayan, dokuda ısı etkisi yaratmayan, kısa sürede yapılan ve gerektiğinde neredeyse sınırsız sayıda tekrarlanabilen bir lazer tedavi yöntemidir…SLT Tedavisi Olmak İçin 10 Neden: 1-Glokom müdahale edilmesi gereken bir problemdir. En önemli sorun, hasta glokomunun yönetilememesidir.2-Yılda 103 glokom hastası müdahale edilmediği için görmesini kaybetmektedir.3-Son araştırmalar göstermektedir ki glokom hastalarının %25 -40’ı ilaçla tedaviye yanıt vermemektedir.4-Glokom hastalarının %42’si tıbbi tedaviyi yanlış kullanmaktadırlar.5-SLT (Selektif Laser Trabeküloplasti)’nin glokom hastalarında göz içi basıncını düşürdüğü gözlenmiştir.6-Klinisyenlerin %70’inin SLT’ yi cerrahi müdahaleye veya ilaçla tedaviye tercih ettikleri açıklanmıştır.7-Yapılan bir araştırma neticesinde; SLT’nin birincil tedavi olarak kullanılmasında %90 başarı sağlanmıştır.8-SLT, ALT (Argon Laser Trabeküloplasti)’ ye nazaran daha düşük komplikasyon etkisine sahiptir. Son araştırmalarla SLT’nin komplikasyon etkisinin %4.5, ALT’ nin komplikasyon etkisinin ise %34 olduğu ortaya çıkarılmıştır.9-ALT’ ye cevap vermeyen hastaların %70’ i SLT’ ye cevap vermiş ve göz içi basıncı bu hastalarda ortalama 6.8 mm Hg düşmüştür.10-Uluslararası tecrübelerde SLT tedavisi %80 başarı elde etmiş ve en azından 12 ay süreyle göz içi basıncını %25 düşürmüştür.”,*

-“SLT” başlığı altında; *“Glokomun tedavisinde yeni güvenilir bir yöntem:SLT.SLT Nedir? Selektif Laser Trabeküloplasti (SLT), glokoma bağlı göz içi basıncını düşüren basit ve oldukça etkili bir laser tedavisidir. Göz hekimi tarafından muayene ortamında uygulanabilen tedavi yaklaşık 5 dakika gibi kısa bir süre içerisinde tamamlanabilmektedir…yapılan çalışmalarla hastaya herhangi bir zararı olmadığı kanıtlanmış ağrısız bir tedavi imkanı sağlar. Hastaların % 80 inde göz içi basıncını %25 oranında düşürür. Diğer tedavi yöntemlerinden hiçbirine cevap vermeyen glokom hastalarında bile hayli etkin bir tedavi sağlar…Sonra özel bir mikroskop kullanılarak laser tedavisine başlanır…SLT hastayı zora sokmayan, dokuda ısı etkisi yaratmayan, kısa sürede yapılan ve gerektiğinde neredeyse sınırsız sayıda tekrarlanabilen bir laser tedavi yöntemidir. SLT ilaç ve/veya ameliyatla tedaviye tek başına alternatif bir tedavi yöntemi değildir… SLT Tedavisi Olmak İçin 10 Neden: 1-Glokom müdahale edilmesi gereken bir problemdir. En önemli sorun, hasta glokomunun yönetilememesidir.2-Yılda 103 glokom hastası müdahale edilmediği için görmesini kaybetmektedir.3-Son araştırmalar göstermektedir ki glokom hastalarının %25 -40’ı ilaçla tedaviye yanıt vermemektedir.4-Glokom hastalarının %42’si tıbbi tedaviyi yanlış kullanmaktadırlar.5-SLT (Selektif Laser Trabeküloplasti)’nin glokom hastalarında göz içi basıncını düşürdüğü gözlenmiştir.6-Klinisyenlerin %70’inin SLT’ yi cerrahi müdahaleye veya ilaçla tedaviye tercih ettikleri açıklanmıştır.7-Yapılan bir araştırma neticesinde; SLT’nin birincil tedavi olarak kullanılmasında %90 başarı sağlanmıştır.8-SLT, ALT (Argon Laser Trabeküloplasti)’ ye nazaran daha düşük komplikasyon etkisine sahiptir. Son araştırmalarla SLT’nin komplikasyon etkisinin %4.5, ALT’ nin komplikasyon etkisinin ise %34 olduğu ortaya çıkarılmıştır.9-ALT’ ye cevap vermeyen hastaların %70’ i SLT’ ye cevap vermiş ve göz içi basıncı bu hastalarda ortalama 6.8 mm Hg düşmüştür.10-Uluslararası tecrübelerde SLT tedavisi %80 başarı elde etmiş ve en azından 12 ay süreyle göz içi basıncını %25 düşürmüştür.”,*

-“Şaşılık” başlığı altında; *“Şaşılık tedavisi ile gülen gözler… Amaç, kaymanın düzeltilmesi, binoküler tek görmenin sağlanması ve estetik açıdan iyi bir görünüm elde edilmesidir.”,*

-“Retina” başlığı altında; *“Hastalığın tedavisinde; hastadan hastaya değişmek üzere göz içine birkaç seans anti-VEGF ilaç enjeksiyonu uygulanarak çok iyi sonuçlar elde edilebilmektedir.”,*

-“Üveit” başlığı altında; *“Bu nedenle hastaların hiçbir yakınmaları olmasa da detaylı bir göz dibi muayenesi ve gerekirse FFA ve diğer ileri tetkik yöntemleriyle, konuyla ilgili bir uzman tarafından değerlendirilmesi önemlidir.”,*

-“AMD” başlığı altında; *“Günümüzde Fotodinamik tedaviye alternatif olarak göz içine yeni bulunan bazı ilaçlar enjekte edilerek oldukça başarılı sonuçlar elde edilmeye başlanmıştır… Detaylı bir muayene sonucunda hastalar gözlerine uygun teleskopik gözlüklerle yeniden kitap okumaya ve televizyon seyretmeye başlamaktadırlar. Hastanemizde yapılacak olan muayene ve tetkiklerden sonra doktorlarımız, hangi tedavi yönteminin veya yardımcı görme aracının hastalarımız için uygun olacağına hastalarımızın da görüşlerini alarak karar vermektedirler.”,*

-“Kornea ve Hastalıkları” başlığı altında; *“Kliniğimizde korneada gelişen çok çeşitli hastalıkların ve yaralanmaların tanı ve tedavisi mümkündür. Kornea hastalıklarının tedavisi ilaç, kontakt lens, laser veya cerrahi ile en uygun olacak şekilde planlanır.”,*

-“Keratokonus ve Tedavisi” başlığı altında; *“Güvenli, ucuz ve uygulaması kolay bir yöntemdir. Yöntemin şu anda alternatifsiz olması ve yan etkilerinin olmaması en önemli avantajıdır.Ccl Tedavisi Olmak İçin "10 Neden"1)Öncesinde hastanın herhangi bir hazırlık yapması gerekmez,2)Bilinen herhangi bir tehlikesi yoktur,3)İşlem ayaktan gerçekleştirilir, hastanede kalınması gerekmez,4)İşlem esnasında enjeksiyon ya da dikiş uygulanmaz,5)Tek seansta tamamlanır, tekrar gerektirmez,6)İşlem sonrası herhangi bir iz kalmaz,7)Uzun süre takip gerektirmez ve iyileşme süresi kısadır,8)Hastalığın ilerlemesini durdurabilmektedir,9)Kornea nakli gereksinimini ortadan kaldırabilir,10)Etkili ve kalıcı bir tedavi yöntemidir.Körlükle sonuçlanabilen keratokonus hastalığının durdurulması için yapılan Corneal Cross Linking tedavisi Türkiye'de 7 yıldır başarılı bir şekilde uygulanmaktadır.”,*

-“Oftalmik Plastik Cerrahi” başlığı altında; *“Göz ve çevresindeki plastik cerrahi gerektiren tüm hastalıklar bu birimimizde değerlendirmeye alınıp gerekli tedavisi yapılmaktadır… Gözün kaza veya hastalık gibi çeşitli nedenlerden kaybı kişinin kendine güvenini azaltır. Her sağlık kurumu gibi bizim de amacımız kişinin görünümünü ve organ fonksiyonlarını düzelterek kendini tekrar doğal hissetmesini sağlamaktır.”,*

-“Gözyaşı Yolları Hastalıkları” başlığı altında; *“Son yıllarda Amerika’da ve Avrupa ülkelerinde gözyaşı tıkanıklığının tedavisinde yeni jenerasyon “Multi Diode Laser” bir seçenek olarak kullanılmaktadır. Multidiode Laser DCR tedavisi İstanbul Göz Hastanesi’nde uygulanmaktadır…İkinci kez gözyaşı kanalı tıkanıklığı yaşayan kişilerin tedavilerinin MultiDiode Laser ile yapılması diğer tedavi yöntemlerine kıyasla daha başarılı sonuçlar sağlamaktadır…Daha kontrollü uygulanabildiği için doktor ve hasta açısından güvenli ve rahat bir yöntemdir.”,*

-“Renk Körlüğü” başlığı altında; *“Hastanemiz renk körlüğü olan hastalarımız için hekim denetiminde kontakt lens kullanma seçeneğini sunmaktadır.”,*

- “Kontakt Lens” başlığı altında; *“Kontakt lens ile gözlüklerinizden kurtulun… Kontakt lensler görme bozukluğunun düzeltilmesinde modern bir alternatiftirler. Kullanımlarının rahatlığı ve kolaylığı sayesinde milyonlarca lens kullanıcısının günlük hayatını olumlu yönde etkilerler… göz doktorunuzu ziyaret edip, güvenilir bir markayı önermesini istemelisiniz.”* ifadeleri ile,

-“Hastaların Gözünden” başlığı altında; tedavi edilen hastaların tecrübesine dayanılarak, hastaneye, hastanede çalışan doktorlara ve uygulanan tedavi metotlarına yönelik olarak teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği,

-“Şaşılık ve Çocuk Gözü” başlığı altında; tedavi öncesi ve tedavi sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve 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,

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

-10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Birtıp Özel Sağlık Hizmetleri ve Tic. A.Ş. (İstanbul Göz Hastanesi)** 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** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**56)**

**Dosya No: 2014/664**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Torku Banada Kakaolu Fındık Kreması”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, dergi, ürün ambalajı

**Tespitler:** *“Torku Banada”* isimli ürüne ilişkin televizyon reklamlarında;

*“****Eskiden glikoz mu vardı?*** *Biz* ***%100 doğal pancar şekerini****, doğal sütle,* ***has Giresun fındığıyla,*** *üstelik fındığın kendi yağıyla birleştirdik.* ***Hakiki kakao*** *da eklenince tadanlar, siz bu işi biliyorsunuz dediler. ”*,

*“Torku Banada”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif dergilerde yer alan ilanlarda;

*“Torku Banada.* ***%100 Doğal Pancar Şekeri****.* ***Doğal Süt****.* ***Has Giresun Fındıkları. Hakiki Kakao.****”*,

*“Torku Banada Kakaolu Fındık Kreması”* isimli ürüne ilişkin ürün ambalajları üzerinde;

*“%100 Şekeri pancardan”* ifadesi ile söz konusu ürünlere ilişkin etiket üzerinde yer alan ürün içeriği bilgisinde *“Pancar Şekeri”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Torku Banada”* isimli ürüne ilişkin televizyon reklamlarında;

*“****Eskiden glikoz mu vardı?*** *Biz* ***%100 doğal pancar şekerini****, doğal sütle,* ***has Giresun fındığıyla,*** *üstelik fındığın kendi yağıyla birleştirdik.* ***Hakiki kakao*** *da eklenince tadanlar, siz bu işi biliyorsunuz dediler. ”*,

*“Torku Banada”* isimli ürüne ilişkin olarak muhtelif dergilerde yer alan ilanlarda;

*“Torku Banada.* ***%100 Doğal Pancar Şekeri****.* ***Doğal Süt****.* ***Has Giresun Fındıkları. Hakiki Kakao.****”*,

*“Torku Banada Kakaolu Fındık Kreması”* isimli ürüne ilişkin ürün ambalajları üzerinde;

*“%100 Şekeri pancardan”* ifadesi ile söz konusu ürünlere ilişkin etiket üzerinde yer alan ürün içeriği bilgisinde *“Pancar Şekeri”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu tanıtımlarda ***“%100 Doğal Pancar Şekeri”, “Doğal Süt”, “Has Giresun Fındığı”*** ve ***“Hakiki Kakao”*** ifadelerinin kullanıldığı, **piyasada bulunan benzer ürünlerde aynı bileşenler yer almasına rağmen, tanıtımı yapılan gıda ürünün bileşenlerine *“Doğal”, “Hakiki”* ve *“Has”* şeklinde nitelendirmelerde bulunarak ve üründe kullanılan şekerin *‘%100 doğal pancar şekerinden’* oluştuğu ifade edilerek** söz konusu gıda ürününe üstünlük atfedildiği, bu yönüyle söz konusu ifadelerin Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin *“Gıdanın etiketlenmesi; Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak, (…)yanıltıcı biçimde olamaz.”* şeklindeki 6/c maddesine **aykırı** olduğu,

Diğer taraftan, ürün ambalajı üzerinde yer alan etiket bilgisinde ***“Pancar Şekeri”*** ibaresine yer verilmesine rağmen **Türk Gıda Kodeksi Şeker Tebliği’nde *“Pancar Şekeri”* diye bir bileşen yer almadığı,** bu nedenle söz konusu tanıtımların Şeker Tebliği’ne ve Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin *“Bileşenler listesi” başlıklı “(1) Bileşenler listesi, “bileşenler” veya “içindekiler” başlığıyla ya da bu kelimeleri içeren uygun bir başlıkla verilir. Gıdanın bütün bileşenleri, üretim sırasında kullanıldıkları miktara göre ağırlıkça azalan sırayla bu listede yer alır. (2) Bileşenler kendi özel adları ile belirtilir ve gerektiğinde 17 nci maddenin hükümleri uygulanır.”* şeklindeki hükmüne **aykırı** olduğu,

Son olarak, söz konusu reklamlarda ***“Eskiden glikoz mu vardı?*** ifadesine yer verildiği, Türk Gıda Kodeksi Şeker Tebliği’nin 4 üncü maddesinde, ürünlerde kullanılacak şeker türlerinin *“yarı beyaz şeker”, “beyaz şeker”*, ve *“rafine şeker”* olarak tanımlandığı ve reklamda geçen “glikoz” tanımının adı geçen Tebliğ’de yer almadığı buna karşılık “Glikoz Şurubu” adı altında bir bileşenin tanımlandığı, diğer taraftan **pancar şekeri de dahil şekerlerde yer alan glikoz ile glikoz şurubunun farklı kavramlar olduğu,**  yanısıra **piyasada bulunan benzer ürünlerde de gilikoz şurubu değil şeker kullanılmış olduğunun tespit edildiği**, bu nedenlesöz konusu reklamlarda yer alan “Eskiden glikoz mu vardı?” ifadesinin, günümüzde piyasada bulunan diğer benzer ürünlerde “glikoz” bulunduğu izlenimi vererek tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açıldığı ve aynı zamanda bu durumun diğer firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıcı olduğu,

Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

- Türk Gıda Kodeksi Şeker Tebliği’nin 4 üncü maddesi,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ıncı ve 18 inci maddeleri,

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 inci ve 7 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**57)**

**Dosya No: 2014/1742**

**Şikayet Edilen: Veysel Özdemir - Savport Dış Ticaret**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.jettplus.com](http://www.jettplus.com) adresli internet sitesinde ***“JettPlus Maximum Performance”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.jettplus.com**](http://www.jettplus.com) **adresli internet sitesinin 01.04.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda**, *“****JettPlus Maximum Performance*** *– Günümüz şartlarında ortaya çıkan sigara, alkol ve aşırı stres gibi etkenlerin meydana getirdiği fiziksel yorgunluk, enerji eksikliği ve cinsel isteksizlik gibi problemler insanların hayatını olumsuz yönde etkilemektedir. Jettplus içindeki bitkisel karışımı yardımıyla kişinin mutlu bir aşk hayatına kavuşmasına yardımcı olan doğal bir üründür. Bu ürünün temel özellikleri göz önüne alındığında Jettplus formülünün asırlardır bilinmekte olduğunu söylemek hiç de yanlış olmaz. Bundan 450 yıl önce özel yaşamlarında destek arayan Asyalı hükümdarlar farkına varmadan Jettplus ürününü kullanmışlardır. O günlerde aşk hayatlarında yüksek performans ve uzun süre dayanıklılık gösteren erkeklere büyük saygı duyulmaktaydı. Bu nedenle, bu kişiler itibarlarının devamlılığını sağlayabilmek için büyük miktarlarda vücut enerjisini ve fiziksel dayanıklılığı arttırıcı bitkiler kullanmışlardır. Bundan birkaç yıl önce bu formül, Asyalı meslektaşları ile ortak çalışma başarısı gösteren Avrupalı gıda uzmanları tarafından farkına varılmış ve en modern üretim yöntemleri kullanılarak kapsül halinde kullanıma sunulmuştur: Jettplus! Ürününün içeriğinde bulunan Epimedium, Tribulus terrestris, Gingo biloba, Angelica sinensis, Schisandra chinensis, Panax gingseng gibi şifalı bitkiler fiziksel dayanıklılığı ve vücut enerjisini arttırıcı etkileri sayesinde kişinin performansını desteklemekte ve özgüveninin yerine gelmesine yardımcı olmaktadır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.jettplus.com](http://www.jettplus.com) adresli internet sitesinin 01.04.2015 tarihli görünümünde **“JettPlus Maximum Performance”** adlı ürüne yönelik olarak yer alan 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;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı 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, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Veysel Özdemir – Savport Dış Ticaret** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2014/1848**

**Şikayet Edilen: Marka Sanal Mağazacılık ve Bilişim Hizmetleri - Emre Can ÇIKIŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cintopunedir.com](http://www.cintopunedir.com), [www.cintopuafrodizyak.com](http://www.cintopuafrodizyak.com) ve [www.markasaglik.com](http://www.markasaglik.com)adresli internet sitelerinde ***“Çin Topu Bitkisel Viagra”*** adlı takviye edici gıdaya yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [**www.cintopunedir.com**](http://www.cintopunedir.com) **adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda,** *“****Cin Topu Bitkisel Viagra*** *– Çin topu afrodizyak, erken boşalma ve sertleşme sorunu yaşayan erkeklerin bir numaralı destekçisidir. 8 adet draje macundan oluşan bu özel formül son derece etkili bir doğal afrodizyaktır. Sağladığı sayısız faydaya rağmen oldukça ekonomik ve her bütçeye uygun fiyatı ile ereksiyon sağlayıcı ürünler arasında en cazip olanıdır. Çin topu afrodizyak 21. Yüzyılın modernleştirilmiş Tibet Bitkisel Eczacılığının mucizevi bir buluşudur. Çin topu ereksiyon sağlayıcı, her yaşta mutlu ve zevkli bir cinsel yaşamın kapılarını sizlere açmaktadır. Ereksiyon problemleri, erken boşalma gibi birçok cinsel sağlık sorununu önleyerek ilişkilerinizde arzuladığınız verimi ve tatmini alma desteği sunar. İktidarsızlık çekenler, Ereksiyon problemi olanlar, Çeşitli hastalıklardan(örnek; şeker, prostat) dolayı sertleşme problemi olanlar, Dengesiz beslenme sonucu cinsel yetersizliği bulunanlar, Cinsel birleşme sırasında stres ve korku yaparak ereksiyon sağlayamayanlar, Cinsel birleşme sayısını az bulanlar, Sperm sayısı eksik ve kalitesiz olanlar, Yaşı ilerlemiş, cinsel birleşme isteyen ama yapmakta güçlük çekenler tarafından rahatlıkla kullanılabilir. Çin topu etkileri, başta ereksiyon sağlaması olmak üzere cinsel güç arttırıcı ve performans geliştirici etkileri de mevcuttur. Aynı zaman da erken boşalma sorunu yaşayan bireylerde, kalıcı çözümler sunarak cinsel birleşmenin süresini uzatmaktadır. Çin topu etkileri, 30 dakika içerisinde aktifleşerek peniste sertleşme sağlar. Arka arkaya cinsel ilişki yaşanmasına olanak sağlar. Sperm sayısını ve kalitesini arttırarak doğurganlığa destek olur…”;* [**www.cintopuafrodizyak.com**](http://www.cintopuafrodizyak.com) **adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda**, *“****Cin Topu Bitkisel Viagra*** *– Çin topu etkileri cinsel aktivite süresini ve sayısını oldukça arttırmaktadır. Çin topu cinsel gücü arttırır. Maksimum penis sertliği ve dikliği sağlar. Cinsel isteksizliği ve iktidarsızlığı yok eder. Cinsel ilişki anında ki stresi ve gerginliği giderir. Sperm kalitesini ve sayısını çoğaltır. Çin topu içeriği, ereksiyon sağlayıcı etki yaratan, cinsel performansınızı ve gücünüzü arttıran, erken boşalmanızı önleyen, maksimum penis sertliği sağlayan özel bir bitkisel formüle sahiptir. Afrodizyak maddeleri bol miktarda içeren ve Uzakdoğu'da yetişen 38 adet çeşitli bitkilerinde bulunduğu çin topu içeriği mucizevi ve güçlü etkili bir içeriğe sahiptir…”*; [**www.markasaglik.com**](http://www.markasaglik.com) **adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise**, *“****Cin Topu 8’li*** *– Cinsel yaşamda birçok farklı sorun meydana gelebilir. Bazen fiziksel nedenlerden ötürü ereksiyon sorunları, bazen performans düşüşleri, bazen de yoğun ve stresli bir günün ardından isteksizlik gibi durumlar yaşanabilir. Bu tür durumlarda heyecan yapmamalı ve partnere karşı utangaç bir tavır içerisine girmemeli erkekler. Aksine bunun doğal bir durum olduğunu kabullenerek çözüm arayışına içerisine girmeli. Bu bağlamda çin topu 8 li ürünü sizlere tüm bu doğal sorunları gidermek adına bitkisel içeriği ile yardımcı olur. Yıllardır birçok erkeğin vazgeçilmez ürün seçenekleri arasında yer alan çin topu 8 ürünü ciddi anlamda gerçek bir etki sunar ve her yetişkin erkek tarafından kullanımı mümkündür. Sizlere hızlı ve sorunsuz bir şekilde ereksiyon kuvveti sunar, daha sert bir hale gelirsiniz. Bu sayede herhangi bir sorun söz konusu olmadan ilişkiye hazır hale gelirsiniz. İlişki esnasında ise erken boşalma sorununu gidererek daha uzun süreli bir cinsel birleşme yaşamanız ve cinsel gücünüzün, performansınızın üst düzeye ulaşması noktasında çin topu gerçek bir etki sunarak, tamamen sağlıklı içeriği ile sizlere destek olur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan tanıtımlarda yer alan sağlık beyanlarıyla, tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların tanıtımı yapılan ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu oysa söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı, bu itibarla söz konusu reklamların aldatıcı-yanıltıcı mahiyette olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte olsa bile, bu durumda söz konusu ürünün “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin topluma reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği zaten yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı 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, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Marka Sanal Mağazacılık ve Bilişim Hizmetleri - Emre Can ÇIKIŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2014/1850**

**Şikayet Edilen: Çebinet Bilişim Sanal Mağazacılık – Solmaz Çebi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sagliktrendi.com.tr](http://www.sagliktrendi.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Çin Topu”*** ve ***“Vigour Tablet”*** adlı ürünlere ve gıda takviyesi niteliğindeki diğer muhtelif ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.sagliktrendi.com.tr](http://www.sagliktrendi.com.tr) adresli internet sitesinin 01.04.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“****Çin Topu*** *– Çin Topu 8'li Bitkisel Karışım Viagra yıllardır en çok kullanılan cinsel performans arttırıcı ürünlerden biridir.Cinsel destek ürünlerinden faydalanan erkeklerin bir çoğunluğu Çin topunu denemiştir. Çünkü oldukça büyük etkileri mevcuttur. Size öylesine büyük bir etki verir ki kendinizi adeta yırtıcı bir panter gibi hissedersiniz. Sönük giden cinsel hayatınız onun sayesinde oldukça renklenir. Partneriniz size adeta tapar. Çünkü onu fazlasıyla etkileyebilmenize yardımcı olur. Çin Topu mükemmel bir ereksiyon sağlayıcıdır. Sertleşme ile ilgili herhangi bir sorununuz kalmayacaktır. Cinsel performansınızı maksimum seviyelere taşıyabilen bir üründür. Cinsel isteksizliğinizi bir anda aşırı isteklilik olarak size geri döndürecektir…* ***Vigour Tablet*** - *Vigour 300 Mg 30 Tablet İktidarsızlık Tedavisi İlacı adından da anlaşılacağı üzere iktidarsızlık tedavisi için özel olarak hazırlanmış başarılı bir cinsel sağlık ürünüdür. Bu ürün erkeklerde düşük olan sperm sayısını yükseltme olanağına sahiptir. Sperm sayısı düşük olduğu zaman bireylerin çocuk sahibi olma olasılığı da düşük olur. Dolayısı ile bu sorunu çözebilmek için vigouru tercih edebilirsiniz. Düzenli kullanımlarda etkisini yoğun şekilde görebilirsiniz. Ayrıca bu ürün hem sağlığınızı düşünür hem de alacağınız zevki arttırır. Sizi oldukça düşünen bir ürün ile karşı karşıyasınız. Vigour 300 mg 30 tablet ereksiyon hapı yararları oldukça geniş bitkisel bir üründür. Fonksiyonu: 1- Penis, hızla dik pozisyona gelir cinsel ilişki kalitesini artırmak için etkilidir, ikinci bir ilişki için gereken aralığı kısaltmak ve yorgunluğu azaltmak. Erken boşalma önlemek için etkilidir, böbrek fonksiyonunu etkinleştirmek ve testis libido seviyesini salgılanmasını arttırmak. 2-Ürün erkek tarafından gerekli birçok canlılığı faktörlerini içerir. Uzun süreli uygulanması ruhu, özü ve canlılığı artırmak ve prostat ve benzeri diğer hastalıkları önleyebilir. Uygulanabilir grubu: orta yaşlı veya yaşlı erkek ve cinsel arıza olan hastalar…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan tanıtımlarda yer alan sağlık beyanlarıyla, tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların tanıtımı yapılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu oysa söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı, bu itibarla söz konusu reklamların aldatıcı-yanıltıcı mahiyette olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte olsa bile, bu durumda söz konusu ürünlerin “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin topluma reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği zaten yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı 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, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Çebinet Bilişim Sanal Mağazacılık – Solmaz Çebi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2014/1851**

**Şikayet Edilen: İlhan TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.azdiriciurunler.net](http://www.azdiriciurunler.net) adresli internet sitesinde ***“Runaway Çin Topu”****,* ***“Super Viga”*** ve ***“V-pills”*** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.azdiriciurunler.net](http://www.azdiriciurunler.net) adresli internet sitesinin 01.04.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“****Runaway Çin Topu*** *– Çin Topu tamamen bitkilerden yapılmış afrodizyak bir üründür. Cinsel performans artırmaya yardımcıdır. İçeriği tamamen bitkisel karışımlardan yapılmış olan afrodizyaklar içinde başı çeken ve uygun satış fiyatı ile en çok tercih edilen bir üründür. Çin topu uzak doğuda performans artırıcı olarak kullanılan bitkilerden özel bir formül ile hazırlanmıştır. Tibet sakızı, çin sakızı gibi isimlerlede bilinmektedir. Çin Topunun Etkileri; Yarım Saatte Ereksiyon Kuvveti Verir. Cinsel Kuvveti Olağan Üstü Arttırır. İktidarsızlığı Giderir. Cinsel Birleşme Sayısını Arttırır. Doğurganlık Etkisi Sağlar. Sperm Sayısını Yükseltir. Spermanın Kalitesini Yükseltir. Cinsel Birleşmedeki Stresi,Korkuyu Ve Tedirginliği Yok Eder. Ereksiyon Süresini Uzatır. Erkeğin Kendine Olan Güvenini Arttırır. Çiftler Arasındaki Cinsel Mutluluğu Maksimum Düzeye Çıkarır. Cinsel Birleşme Esnasında Kesinlikle Maksimum Kuvvet Verir…* ***Super Viga Sprey*** *- Erkeklerde sıkça görülen erken boşalma, genç – yaşlı olmaksızın her yaşta görülür. Erken boşalma bazı kişilerde ilk ilişkiyi yaşadıktan sonra ortaya çıkabilen bir sorun olurken daha sonrada oluşabilen bir problemdir. Erken boşalma genellikle stres, psikolojik ve düzensiz ilişkiden dolayı meydana gelebilir. Viga geciktiri sprey erken boşalmaya birebir formülü ile partnerinizle uzun süreli bir ilişki ve daha iyi bir doyum sağlar. Cinsel ilişkiyi saatlerce uzatır. Erken boşalmayı engeller…* ***V-pills -*** *Erkeklerdeki işlevsellikte bozukluk meydana gelmesi, cinsel hayatında başarısızlık yaşayan erkeklerin 3 ay gibi kısa bir sürede düzenli bir şekilde V-Pills kullandığı zaman sorunlarına çözüm bulduğu görülmektedir. %100 Bitkisel içeriklidir. Bu formül penis büyütücü bir formüldür. İlaç tedavisi sürecinde Penis boyunuzun 4 ila 7 santim (cm) arasında büyümektedir. Erken boşalma sorununuza çözüm olur ve kalıcı etkiler bırakır. Sertleşme veya iktidarsızlık gibi sorunlarınızı giderip Penisinizin sürekli sertleşmesini sağlar. Sperm sayısını ve kalitesini arttırır. Cinsel isteksizlik sorununuzu kökten çözer ve her an sekse ve cinselliğe duyarlı ve tetikte olursunuz. Çabuk yorulmaz ve bir seferde tükenmenizi yorulmanızı engeller…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan tanıtımlarda yer alan sağlık beyanlarıyla, tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu oysa söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı, bu itibarla söz konusu reklamların aldatıcı-yanıltıcı mahiyette olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte olsa bile, bu durumda tanıtımı yapılan ürünlerin “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin topluma reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği zaten yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı 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, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**61)**

**Dosya No: 2015/231**

**Şikayet Edilen: Doragold Bitkisel ve Kozmetik Ürünler – Ayşegül Yalçın**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.alkaform.com](http://www.alkaform.com) adresli internet sitesinde ***“Alkali Form”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.alkaform.com](http://www.alkaform.com) adresli internet sitesinin 05.03.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, “*Alkali su vücudun alkali seviyesini yükseltir ve bu doğrultuda yağ yakımını hızlandırmaya yardımcı olur. Kilo vermek ilk hedef olduğu için, kilo verirken sağlığımızı olumsuz etkileyebileceğimizi düşünmüyoruz bile. Oysa diyet seçerken uygun kilo kontrolü hedeflemeli ve sağlıklı bir beslenme şekline dayalı yaşam tarzı olmalıdır. Normal içme sularının pH degeri 7 – 8 civarındadır. Alkali su damlası suyun pH değerini yükseltmek amacıyla geliştirilmiş bir alkali su konsantresidir. İstenmeyen fazla kilo ve yağları yakmanıza yardımcı olur. Alkaliform’in amacı; vücudun asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel, zihinsel, ve emosyonel performansını arttırmaktır. Kişinin kilo kontrolünü sağlamak ve uzun süreli sağlık halini korumaya yardımcı olmaktır. Alkali Su bağışıklık sistemini korumaya, Antioksidan yapısıyla vücuttaki asit/alkali dengesini korumaya, Mikro yapısı ile hücrelerde mükemmel nemlenme ( hidrasyon ) sağlamaya, vücudun hücre seviyesinde yenilenerek genç, sağlıklı ve diri kalmasına, içerdiği yüksek değerde negatif iyonlar ile hastalıklara ve erken yaşlanmaya sebep olan serbest radikallerin temizlenmesine, vücudumuzda uzun yıllar biriken asidik toksinleri nötralize ederek arınmaya, iç filtre ve ön filtreler şehir suyunda bulunabilecek çeşitli kirlilikleri arındırmaya, Diğer su çeşitlerine göre daha fazla oksijen içermeye,Negatif ORP değeri ile güçlü antioksidan etkiye, vücudun pH dengesini korumasına yardım eder ve hastalıkları engellemeye, olağanüstü hücresel nemlendirme ve detoks sağlamaya, vücudun enerjisini ve zindeliğini artırmaya, serbest radikalleri nötralize etmeye, vücuttaki asidik atıkları temizlemeye yardımcıdır. Sonuçlar metabolizmaya göre değişiklik gösterebilir… Alkali beslenmek hiç bu kadar lezzetli ve kolay olmadı. Bağışıklık sisteminizi güçlendirmenin en kolay yolunu keşfedin. Uzmanlar tarafından tavsiye edilen tek formül.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan tanıtımlarda 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 ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında 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, 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;

- 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, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Doragold Bitkisel ve Kozmetik Ürünler – Ayşegül Yalçın** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2015/359**

**Şikayet Edilen: Cüneyt KIRCI**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ematox.net](http://www.ematox.net) adresli internet sitesinde ***“Ematox Colon Cleanse”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ematox.net](http://www.ematox.net) adresli internet sitesinin 02.04.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“Ematox Colon Cleanse Türkiye’de en çok satılan diyet programı. %100 doğal çok özel Amerikan formülü. Antik Mısır’dan gelen çok özel doğa sırrı. Ünlülerin tercihi, dünya yıldızlarının ortak tercihi. Artemisia Absinthium bitkisi içerir… Detoks. Vücutta toksin birikmesinin belirtileri nelerdir? Ayşegül Çoruhlu anlatıyor… Kullanıcı yorumları: … Sena Bakınca diyor ki: Süper bir ürün ya vücudumun temizlendiğini hissettim çok teşekkürler ematox… Selen k. diyor ki: İş yerimde beraber çalıştığımız arkadaşıma doktor tavsiye etmiş bana da kendisi tavsiye etti kullanmaya başladım detayları tekrar sizlerle paylaşıcam arkadaşlar…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan tanıtımlarda 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 ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında 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, 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;

- 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, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**63)**

**Dosya No: 2015/296**

**Şikayet Edilen: Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“L’era Fresca”*** markalı dondurma ürünlerine yönelik olarak [www.lerafresca.com.tr](http://www.lerafresca.com.tr) ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.lerafresca.com.tr](http://www.lerafresca.com.tr) adresli internet sitesinin 20.04.2015 tarihli görünümünde ve ürün ambalajı üzerinde yayınlanan tanıtımlarda, *“İçeriğinde gıda boyası, glikoz-fruktoz şurup, GDO ve emülgatör bulunmayan L’era Fresca ürünlerimizle, tüketicilerimizin zihninde yer alan ‘içinde ne var?’, ‘sağlıklı mı?’, ‘hijyenik mi?’ sorularına son veriyoruz. Dışındakiler GDO, gıda boyası, emülgatör, glikoz şurubu, fruktoz şurubu. GDO - Genetiği Değiştirilmiş Organizma: Bir canlıdaki genetik özellikler değiştirilerek oluşturulan, farklı özellikler taşıyan yeni canlıya denir. GDO’lar aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Karaciğer, böbrek, kalp ve sürrenal bez fonksiyon bozuklukları, doğurganlık azalması, alerjik reaksiyonlar, dalak ve kan hücrelerinin fonksiyonlarında bozulma. Emülgatör: Yağ ve su gibi karışmayan iki maddenin birbiri içinde homojen bir görünüm alması için dışardan ilave edilen katkı maddeleridir. Günümüzde gıda ürünlerinde kullanılan emülgatörler ya saflaştırılmış doğal ürünlerdir ya da doğal ürünlere çok benzeyen kimyasal yolla elde edilen sentetik maddelerdir. Emülgatörler aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Alerji, astım, mide-bağırsak problemleri. Fruktoz şurubu: Mısır nişastasının önce glikoza, sonra da bu glikozun yüksek oranlı fruktoza dönüştürülmesiyle oluşturulan kimyasal şekerdir. Fruktoz şurubu aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Obezite, metabolik sendrom, tip 2 diyabet riskinin artması, kanser hücrelerinin büyümesi, trigliserid ve LDL’nin (kötü kolesterol) yükselmesi. Gıda boyası: Renk kaybını önlemek, standart ürün rengi oluşturmak, süsleyici özellikler katmak adına kullanılan kimyasal maddelerdir. Gıda boyaları aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Hiperaktivite ve davranış problemleri, dikkat bozukluğu, baş ağrısı, migren, uykusuzluk, astım, alerjik cilt problemleri, bulanık görme.*”şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca [www.lerafresca.com.tr](http://www.lerafresca.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda *“L’era Fresca dondurma ve dondurmalı ürünleri %100 doğal içeriklerle elde edilir, doğallık devri, doğaüstü renkler doğal ve sağlık ürünler”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli video paylaşım sitesinde *“L’era Fresca dondurmaları nasıl yapılır?”* başlığı ile yayınlanan tanıtım videosunda *“doğal gıdalarla beslenen sağlıklı inekler”, “sütlerin bütün faydaları korunur ve pastörize edilir”, “tüm meyveler mevsiminde toplanır”, “hiçbir koruyucu madde içermeden günlük olarak şişelenir”* ve *“diğer markalarda küçücük harflerle yazılan içindekiler bölümü yerine bizde gururla yazılan dışındakiler bölümü bulunur”* gibi iddialara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.lerafresca.com.tr](http://www.lerafresca.com.tr) adresli internet sitesinin 20.04.2015 tarihli görünümünde ve ürün ambalajı üzerinde yayınlanan tanıtımlarda; *“İçeriğinde gıda boyası, glikoz-fruktoz şurup, GDO ve emülgatör bulunmayan L’era Fresca ürünlerimizle, tüketicilerimizin zihninde yer alan ‘içinde ne var?’, ‘sağlıklı mı?’, ‘hijyenik mi?’ sorularına son veriyoruz. Dışındakiler GDO, gıda boyası, emülgatör, glikoz şurubu, fruktoz şurubu. GDO - Genetiği Değiştirilmiş Organizma: Bir canlıdaki genetik özellikler değiştirilerek oluşturulan, farklı özellikler taşıyan yeni canlıya denir. GDO’lar aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Karaciğer, böbrek, kalp ve sürrenal bez fonksiyon bozuklukları, doğurganlık azalması, alerjik reaksiyonlar, dalak ve kan hücrelerinin fonksiyonlarında bozulma. Emülgatör: Yağ ve su gibi karışmayan iki maddenin birbiri içinde homojen bir görünüm alması için dışardan ilave edilen katkı maddeleridir. Günümüzde gıda ürünlerinde kullanılan emülgatörler ya saflaştırılmış doğal ürünlerdir ya da doğal ürünlere çok benzeyen kimyasal yolla elde edilen sentetik maddelerdir. Emülgatörler aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Alerji, astım, mide-bağırsak problemleri. Fruktoz şurubu: Mısır nişastasının önce glikoza, sonra da bu glikozun yüksek oranlı fruktoza dönüştürülmesiyle oluşturulan kimyasal şekerdir. Fruktoz şurubu aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Obezite, metabolik sendrom, tip 2 diyabet riskinin artması, kanser hücrelerinin büyümesi, trigliserid ve LDL’nin (kötü kolesterol) yükselmesi. Gıda boyası: Renk kaybını önlemek, standart ürün rengi oluşturmak, süsleyici özellikler katmak adına kullanılan kimyasal maddelerdir. Gıda boyaları aşağıdaki sağlık sorunlarına yol açabilir. Hiperaktivite ve davranış problemleri, dikkat bozukluğu, baş ağrısı, migren, uykusuzluk, astım, alerjik cilt problemleri, bulanık görme.*”şeklinde ifadelere yer verilerek 20.08.2013 tarihinde gerçekleştirilen 215 sayılı Reklam Kurulu’nda hakkında idari para ve durdurma cezaları uygulanan reklam ve tanıtımların aynı içeriklerle devam ettirildiği, söz konusu ifadelerle Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği ekli listede “Gıdalarda Genel Olarak Kullanımına İzin Verilen Gıda Katkı Maddeleri” başlığı altında yer alan ve belirli oranlarda kullanılmasına yasal mevzuatla izin verilen bileşenlerin tüketicilerde endişeye neden olacak bir biçimde insan sağlığı için tehdit oluşturan zararlı maddeler gibi gösterildiği, bu şekilde tüketicilerin eksik bilgi verilerek yanıltıldıkları, tecrübe ve bilgi noksanlıklarının istismar edildiği, bununla birlikte ürettikleri ürünlerde söz konusu maddeleri kullanan üreticilerin anılan tanıtımlar nedeniyle haksız rekabete maruz bırakıldığı,

[www.lerafresca.com.tr](http://www.lerafresca.com.tr) adresli internet sitesinde ***“L’era Fresca”*** markalı dondurma ürünlerine yönelik olarak kullanılan “L’era Fresca dondurma ve dondurmalı ürünleri %100 doğal içeriklerle elde edilir, doğallık devri, doğaüstü renkler doğal ve sağlık ürünler” ifadelerinin *“tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri süren ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayan”* ifadeler olması nedeni ile mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

[www.lerafresca.com](http://www.lerafresca.com) adresli internet sitesinde ***“L’era Fresca”*** markalı ürünlerin tümünün “Dondurma” ana başlığı altında sınıflandırıldığı halde L’era Fresca ürün grubunda Türk Gıda Kodeksi Dondurma Tebliği’nde yer alan dondurma tanımına uymayan “sorbe” niteliğinde ürünlerin bulunduğu, dondurma olmayan bu ürünlerin de “Dondurma” başlığı altında sınıflandırılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Firmanız tarafından [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli video paylaşım sitesinde L’era Fresca markalı ürünlerin tanıtımına yönelik olarak *“Lera Fresca dondurmaları nasıl yapılır?”* başlığı ile yayınlanan tanıtım videosunda yer verilen *“doğal gıdalarla beslenen sağlıklı inekler”*, *“sütlerin bütün faydaları korunur ve pastörize edilir”*, *“tüm meyveler mevsiminde toplanır”*, *“hiçbir koruyucu madde içermeden günlük olarak şişelenir”* gibi ifadelerin ispata muhtaç ifadeler olduğu halde somut verilerle ispatlanamadıkları, diğer taraftan *“diğer markalarda küçücük harflerle yazılan içindekiler bölümü yerine bizde gururla yazılan dışındakiler bölümü bulunur”* ifadesi ile sektörde faaliyet gösteren diğer dondurma markalarının tüketicileri kandırdığı ima edilerek kötülendikleri, böylece diğer dondurma üreticisi firmalar aleyhine haksız rekabete yol açıldığı, dolayısıyla anılan tanıtımların,

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi ile “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 inci maddesi;

-13.01.2005 tarih ve 25699 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Dondurma Tebliğinin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesi ile “Ambalajlama, etiketleme ve işaretleme” başlıklı 13 üncü maddesi;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı 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, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 10 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.** 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** verilmesine karar verilmiştir.

**64)**

**Dosya No: 2015/439**

**Şikayet Edilen: Tat Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“*Tat Çap Çap Sebzeli Ketçap”** adlı ürüne yönelik olarak ***“Sebzesiz olmaz diyen annelerin ketçapsız olmaz diyen çocuklarına”*** sloganı ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat – Mart 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: *“Tat Çap Çap Sebzeli Ketçap”* isimli ürüne ilişkin televizyon reklamının ilk versiyonunda,

Küçük yaştaki erkek ve kız iki çocuk arasında;

*“ - Anneme sorabilirsin Ece, serseri bir ruhum var!*

*- Gerçektenmi?*

*- Eve istediğim zaman gelirim, çok da geç yatarım, meselaaa 8’de.*

*- Yaa Mertcan ne kadar havalısın!*

*- Sana bi sır vereyim mi? Bana kimse kolay kolay sebze yediremez.*

*-Nee!*

*- Zaten benim olayım makarna, patates, köfte, bi de bu ketçap.*

*-Wauvvv!*

*- Anneee! Akşama beklemeyin beni!”* şeklinde bir diyaloğun geçtiği ve akabinde “(*Dış Ses) Türkiye’de bir ilk! Tat Çap Çap! Sebzeli Ketçap! Sebzesiz olmaz diyen annelerin, ketçapsız olmaz diyen çocuklarına!”* sözlü ifadelerinin yer aldığı görülmektedir.

Diğer taraftan söz konusu televizyon reklamının Reklam Özdenetim Kurumu’dan gelen uyarı üzerine revize edilmiş versiyonunda çocuk oyuncu tarafından söylenen “***Bana kimse kolay kolay sebze yediremez… Zaten benim olayım makarna, patates, köfte, bi de bu ketçap.”*** değiştirilerek ***“…Benim olayım akülü araba, bir de bu ketçap”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Tat Çap Çap Sebzeli Ketçap”* adlı ürüne yönelik reklam filminde, çocuk oyunculara ve bu çocuklar arasındaki diyaloğa yer verilmek suretiyle, çocukların saflığı, şirinliği ve sempatikliği kullanılarak ticari kazanç elde edilmeye çalışıldığı, böylece çocukların istismar edildiği,

Bununla birlikte, reklamda tanıtımı yapılan ketçap ve patates kızartması görselleriyle birlikte erkek çocuk tarafından söylenen ***"Bana kimse kolay kolay sebze yediremez... Zaten benim olayım makarna, patates, köfte, bi de bu ketçap."*** ifadelerine yer verilerek, çocuklara sağlıksız beslenme alışkanlığı edindirildiği,

Diğer taraftan, erkek çocuk tarafından söylenen ***“Kimse bana sebze yediremez”***, ***“Eve istediğim zaman gelirim, çok da geç yatarım”***, ***“Serseri bir ruhum var”*** ve ***“Anne beni bu akşam beklemeyin”*** şeklindeki ifadeler ve buna karşılık kız çocuğu tarafından söylenen ***“Yaa Mertcan, ne kadar havalısın!”*** ifadesiyle aile kurumu açısından son derece sakıncalı olan, toplumumuz tarafından tasvip edilmeyen düzensiz, sorumsuz ve başına buyruk bir yaşam tarzının özendirildiği,

Ayrıca, ***“Sebzesiz olmaz diyen annelerin, ketçapsız olmaz diyen çocuklarına”*** sloganı ile tanıtımı yapılan ürünün sebzelerin ikamesi gibi gösterildiği, dolayısıyla anılan tanıtımların,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/b, 5/c, 5/ç, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 24/1-a ve 24/1-f maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tat Gıda San. 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.

**65)**

**Dosya No: 2015/440**

**Şikayet Edilen: Eker Süt Ürünleri Gıda San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Eker Ayran”*** isimli ürünün ambalajı üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün Ambalajı

**Tespitler**: Eker markalı ayran şişesinin ön yüzünde *“Eker Ayran Geleneksel Lezzet”* ifadesi ile yan ve arka yüzlerinde Enerji ve Besin Öğeleri tablosu ve adres bilgileri ile *“İçindekiler: Pastörize ve homojenize inek sütü, su, tuz ve ayran kültürü. Tuz (NaCI) oranı en fazla %0,8 süt protein oranı min. %2,0. Son tüketim tarihi (STT) ve seri numarası ambalaj üzerindedir. Son tüketim tarihinden önce tüketilmelidir. 4-6 derecede muhafaza ediniz. Türk Gıda Kodeksine uygun olarak üretilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Eker Süt Ürünleri Gıda San. ve Tic. A.Ş.tarafından Eker markalı ayranların ambalajları üzerinde yer verilen ifade, reklam ve tanıtımlarda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir durumun bulunmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2015/441**

**Şikayet Edilen: Tat Gıda San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sek Ayran”*** isimli ürünün ambalajı üzerinde yer verilen reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün Ambalajı

**Tespitler**: Sek markalı ayran şişesinin ön yüzünde *“Sek Ayran %100 Doğal Tazelensek”* ifadesi ile yan ve arka yüzlerinde Enerji ve Besin Öğeleri tablosu ve adres bilgileri ile *“Sek Tam Yağlı Ayran, %1,8 Süt Yağı, %2 Süt Proteini, en fazla %1 tuz içerir. İçindekiler: Pastörize ve homojenize inek sütü, su, ayran kültürü, tuz. Türk Gıda Kodeksi Fermente Süt Ürünleri Tebliği’ne uygundur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tat Gıda San. A.Ş.tarafından Sek markalı ayranların ambalajları üzerinde yer verilen ifade, reklam ve tanıtımlarda tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir durumun bulunmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2015/297-I**

**Şikayet Edilen: Doğadan Gıda Ürünleri San. ve Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Doğadan”*** markalı bitki çaylarına yönelik olarak [www.doğadan.com.tr](http://www.doğadan.com.tr), [www.youtube.com](http://www.youtube.com) ve [www.facebook.com/dogadan](http://www.facebook.com/dogadan) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.doğadan.com.tr](http://www.doğadan.com.tr) ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitelerinde ***“Kendini koru, bu kış çok sert geçecek, kendini korumayanların başına ne geliyor öğrenmek için tıklayın”*** yönlendirmeleri ile yayınlanan reklam filmlerinden,

***“Doğadan Bay Hastalık – Hastalık Kafeyi Kırdı Geçti”*** başlıklı reklam filminde;

Kafe olarak kurgulanan mekana giren ve reklam filminin sloganında Bay Hastalık diye adlandırılan karakterin nezle, soğuk algınlığı, grip gibi hastalıkları kafede oturan insanlara bulaştırırken Doğadan çay içtikleri görülen kişilere bu hastalıkları bulaştıramayarak kafeden ayrıldığının görüldüğü,

***“Doğadan Bay Hastalık – Ofiste Olay Var”*** başlıklı reklam filminde;

Bay Hastalık karakterinin bu defa bir işyerinde çalışan insanlara çeşitli soğuk algınlığı belirtileri yaymaya çalışırken toplantı salonuna Doğadan marka çayların servis edilmesi ile işyerini terk ettiği ve her iki reklam filminin sonunda ***“Bu kış sert geçecek, kendinizi koruyun”*** sloganına sözlü olarak yer verildiği,

***“Doğadan - Büyük Hesaplaşma”*** başlıklı reklam filminde;

Bir lokantada yemek yiyen insanlara hastalık yayan Bay Hastalık karakterinin, Doğadan bitki çayından kuvvet alan ve bağışıklık sistemini insan suretinde canlandırdığı anlaşılan bir başka karakterle girmiş olduğu fiziksel mücadeleye yenik düşerek lokantayı terk ettiği ve reklam filminin sonunda ***“Bu kış sert geçecek, güçlü hisset”*** sloganına yer verildiği,

[www.facebook.com/dogadan](http://www.facebook.com/dogadan) internet sitesinde ise,

11.01.2015 tarihli rezene bitki çayı tanıtımlarında; *“****Sindirim sistemini korumaya yardımcı*** *olmak için,* ***hastalığa sağlam bir tekme savur****. Güçlü hisset.”*,

13.01.2015 tarihli papatya bitki çayı tanıtımlarında; *“Sakinleşmek ve rahat bir uyku için Papatya Siperi’ni kullan, günlük hayatın stresine karşı güçlü hisset.”*,

14.01.2015 tarihli Tarçın karanfil bitki çayı tanıtımlarında; *“****Dengeni bozan hastalıklara sağlam bir aparkat patlat****. Tarçın Karanfil aparkatı ile* ***bağışıklık sistemini güçlendirerek*** *gününe canlılık kat, güçlü hisset.”*,

17.01.2015 tarihli naneli ıhlamur bitki çayı tanıtımlarında; *“Kışın olumsuz etkilerine patlat bir aduket.* ***Hem bağışıklık sistemini güçlendir,*** *hem de güçlü hisset”*,

18.01.2015 tarihli kuşburnu meyve çayı tanıtımlarında; *“Kuşburnu tekniği ile C vitamini kaynağını açığa çıkart.* ***Bağışıklık sistemini güçlendirmek için destek al****, güçlü hisset.”* yazılı ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dogadan.com.tr](http://www.dogadan.com.tr) ve [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitelerinde **“Doğadan Bay Hastalık - Kafe”**, **“Doğadan Bay Hastalık – Ofiste Olay Var”** ve **“Doğadan - Büyük Hesaplaşma”** başlıkları ile yayınlanan üç farklı reklam filminde **Bay Hastalık** olarak tanıtılan ve hastalık mikrobunu insan suretinde canlandıran bir kişiye yer verildiği, Bay Hastalık’ın kafede müşterilere ve ofis ortamında çalışanlara temas etmesi üzerine bu kişilerin hastalanarak öksürmeye, hapşırmaya, burunlarını çekmeye ve silmeye başladıkları, yine Bay Hastalık’ın insanlara dokunarak onlarda ateş, karın ve baş ağrısı gibi hastalık belirtilerine yol açtığı, bununla birlikte kafede geçen reklam filminde Doğadan bitki çaylarını içen müşterilerin oturduğu masaya yönelen Bay Hastalık’ın Doğadan çay tüketen insanları hasta edemeyerek kafeden ayrıldığı, ofiste geçen reklam filminde ise toplantı odasında çalışanları hasta etmeyi deneyen Bay Hastalık’ın odaya Doğadan bitki çayı servis edilmesi ile birlikte etkisini kaybederek sinirle odadan ayrıldığı, serinin son filmi olarak “Doğadan – Büyük Hesaplaşma” başlığı ile yayınlanan ve bir restoranda geçen reklam filminde ise Bay Hastalık’ın yine müşterilere dokunmak suretiyle onları hasta ettiği, Doğadan bitki çayı içen kişiyi hasta etmek istediğinde ise bu kişiyi koruyan ve “Bağışıklık sistemini” insan suretinde canlandıran bir Savaşçı ile karşı karşıya geldiği, Bay Hastalık ile Savaşçı arasında gerçekleşen kavga esnasında Bay Hastalık’ın Savaşçı’yı alt etme noktasına gelmesiyle Doğadan bitki çayından destek alan Savaşçı’nın koruduğu kişinin öksürerek hastalık emareleri gösterdiği, ne var ki filmin sonunda Savaşçı tarafından alt edilen Bay Hastalık’ın restoranı terk ettiği, tüm bu canlandırmalar sonunda da ***“Bu kış sert geçecek, kendinizi koruyun”*** ve ***“Bu kış sert geçecek, kendini güçlü hisset”*** sloganlarına yer verilerek Doğadan bitki çayı içmenin kış mevsimin olumsuz etkilerinden koruduğu algısı oluşturulduğu, ayrıca [www.doğadan.com.tr](http://www.doğadan.com.tr) adresli internet sitesinde ***“Kendini koru, bu kış çok sert geçecek, kendini korumayanların başına ne geliyor öğrenmek için tıklayın”*** bilgisi ile reklam filmlerine yönlendirme yapıldığı, nihayetinde yukarıda detaylı olarak açıklanan olay örgüsü, sloganlar ve reklam konseptiyle Doğadan bitki çayı içen şahısların kış mevsiminde soğuk havaların etkisi ile yaşanabilecek soğuk algınlığı, nezle, üşütme ve ateşli hastalıklar gibi sağlık sorunlarından korunabileceği ve salt Doğadan bitki çayı içmekle bu hastalıkların önlenebileceği izlenimi yaratıldığı, Doğadan bitki çayının bağışıklık sistemini güçlendirdiği gibi imalarla ürünün hastalıkları önleme ve hastalıklara karşı koruma niteliklerine atıf yapılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca reklam filmlerinde mikrobu canlandıran karakterin “Bay Hastalık” olarak isimlendirilmesinin reklam filminin ana mesajı olan “Doğadan bitki çayı içmenin kış mevsiminde hastalıklara karşı koruma sağlayacağı, içmemenin ise hastalıklara davetiye çıkaracağı” mesajını destekler nitelikte olduğu;

Diğer taraftan, Bay Hastalık temalı reklam filmlerinde Bay Hastalık isimli karakterin kafe, ofis ve restoran ortamında insanları hasta etmesinin vurma, yumruklama ve tekme atma gibi şiddet içeren öğelerle sunulduğu, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin Temel İlkeler başlıklı 5/c maddesinde yer alan, *“Reklamlar; (…) Kamu düzenini bozan, şiddet hareketleri ile yasadışı veya kınanacak davranışlara yol açan, göz yuman, bu davranışları özendiren veya destekleyen unsurlar içeremez.”* hükmüne aykırı olduğu;

[www.facebook.com/dogadan](http://www.facebook.com/dogadan) com adresli internet sitesinin 14.01.2015 tarihli görünümünde *“Dengeni bozan hastalıklara sağlam bir aparkat patlat. Tarçın Karanfil aparkatı ile bağışıklık sistemini güçlendirerek gününe canlılık kat, güçlü hisset.”*, 13.01.2015 tarihli görünümünde *“Sakinleşmek ve rahat bir uyku için Papatya Siperi’ni kullan, günlük hayatın stresine karşı güçlü hisset.”*, 11.01.2015 tarihli görünümünde *“Sindirim sistemini korumaya yardımcı olmak için, hastalığa sağlam bir tekme savur. Güçlü hisset.”*, 18.01.2015 tarihli görünümünde *“Kuşburnu tekniği ile C vitamini kaynağını açığa çıkart. Bağışıklık sistemini güçlendirmek için destek al, güçlü hisset.”* ve 17.01.2015 tarihli görünümünde ise *“Kışın olumsuz etkilerine patlat bir aduket. Hem bağışıklık sistemini güçlendir, hem de güçlü hisset”* şeklinde Doğadan bitki çaylarının hastalıkları önleyici ve hastalıklara karşı koruyucu niteliklerini ön plana çıkaran tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, söz konusu ifadelerle tüketicilere yönelik olarak Doğadan bitki çayının tüketilmesiyle hastalıklardan korunma, hastalıkları önleme ve **sağlık vaadinde bulunulduğu, ayrıca ürünün tüketilmemesi durumunda da insan sağlığının olumsuz yönde etkilenebileceği algısı oluşturulduğu;** dolayısıyla anılan tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı, “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 ve “Sağlık Beyanları” başlıklı 42/1, 42/2 ve 42/5 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-c, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Doğadan Gıda Ürünleri San. ve Paz. A.Ş.** 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** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2015/297-II**

**Şikayet Edilen: Doğadan Gıda Ürünleri San. ve Paz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Doğadan”*** markalı bitki çaylarına yönelik olarak radyo istasyonlarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler**: Doğadan bitki çaylarına yönelik olarak ***“Hastalık – Sağlık”*** teması ile radyo istasyonlarında yayınlanan üç farklı radyo spotunda;

“*Kışın insanlar ikiye ayrılır.*

*Doğadan içenler*

*Dış ses: Yağmurda yürüyüş yapmanın keyfi bambaşka!*

*İçmeyenler*

*Dış ses: Yağmurda yürüyüş yapmak mı? Asla!*

*Kışın keyfinizi kaçırmasına izin vermeyin. Her gün bir Doğadan için, kışın etkilerine karşı kendinizi güçlü hissedin.”*,

“*Kışın insanlar ikiye ayrılır.*

*Doğadan içenler*

*Dış ses: Aa! Kar yağıyor! Dışarı çıkıp kartopu oynayalım mı?*

*İçmeyenler*

*Dış ses: Ay.. hala kar yağıyor, dursun artık..*

*Her gün bir Doğadan için, kışın etkilerine karşı kendinizi güçlü hissedin.”* ,

“*Kışın insanlar ikiye ayrılır.*

*Doğadan içenler*

*Dış ses: Kışa bayılırım, keşke hiç bitmese!*

*İçmeyenler*

*Dış ses: Ay bitmek bilmedi bu kış!*

*Her gün bir Doğadan için, kışın etkilerine karşı kendinizi güçlü hissedin.”* sözlü ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan söz konusu radyo spotlarının ilk versiyonunda Doğadan çay içmeyen kişilerin sözlü ifadelerinin **burun çekme**, **öksürme** ve **hapşırma** gibi ses efektleri ile desteklendiği, ancak reklam veren firmaya Reklam Özdenetim Kurulu’ndan gelen uyarı üzerine radyo spotlarının ikinci versiyonunda söz konusu ses efektlerinin kaldırılmış olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Doğadan bitki çaylarına yönelik olarak ***“Hastalık – Sağlık”*** teması ile radyo istasyonlarında yayınlanan üç farklı radyo spotunda yer alan karakterlerin Doğadan çay tüketenler ve Doğadan çay tüketmeyenler şeklinde ikiye ayrıldığı, Doğadan çay tüketenlerin kış mevsimi, soğuk, kar ve yağmur gibi etkenler karşısında herhangi bir hastalığa yakalanmayarak kışın tadını çıkardıkları, Doğadan çay içmeyenlerin ise kış mevsimi, kar ve yağmur sebebiyle soğuk algınlığı, nezle, öksürük gibi hastalıklara yakalandığı, böylece kış mevsimi ve soğuk hava ile birlikte ortaya çıkan hastalıklardan Doğadan bitki çayı yardımıyla korunabileceği ve bu hastalıkların önlenebileceği mesajı verildiği, reklamlarda kullanılan **Doğadan çay tüketmeyenlere ait** **burun çekme, öksürme ve hapşırma** gibi ses efektleri ile bu durumun desteklendiği, tüm bu unsurlarla tüketicilere yönelik olarak Doğadan bitki çayının tüketilmesiyle hastalıklardan korunma, hastalıkları önleme ve sağlık vaadinde bulunulduğu, **ayrıca ürünün tüketilmemesi durumunda da insan sağlığının olumsuz yönde etkilenebileceği algısı oluşturulduğu,** nihayetinde ürünün hastalıkları önleyici olarak kullanımına dair ifade ve öğelerin tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanları olduğu, dolayısıyla anılan reklamların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı, “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 ve “Sağlık Beyanları” başlıklı 42/1, 42/2 ve 42/5 inci maddeleri;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**69)**

**Dosya No: 2015/254**

**Şikayet Edilen: Levent Ali TEZYAPAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dogadanderman.com](http://www.dogadanderman.com) adlı internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.dogadanderman.com. adresli internet sitesinin 09.03.2015 tarihli görünümünde; *“****MNCfaith 5x5 Afrodizyak (10 Kapsül)*** *MNCfaith 5x5 Afrodizyak'ın Yararları \* Daha güçlü, Daha Etkili, \* Daha arzulu, Daha istekli, \* Daha Sert, Daha formda, \* Daha fazla ilişki, Daha fazla özgüven, \* Daha geç orgazm, daha fazla haz, \* Daha büyük penis, Daha fazla zevk, \* Daha sağlıklı, Daha da güvenilir, \* Daha ...Ne olsun ki...* ***GreenStore Panqudie Kapsül:*** *şekerin şiddeti ne derecede olursa olsun kullanmaya başladığınız ilk andan itibaren etkisini göstermeye başlayarak sizin bu rahatsızlıktan kurtulmanıza yardımcı olur. GreenStore Panqudie Kapsülün Yararları: \* Kan şekerini dengelemeye, \* Şeker düşüşünü ve yükselmesini engellemeye, \* Ağız kuruluğu, sık idrara çıkma, el ayak yanmaları ve kilo kaybının engellenmesine, \* Pankreasın çalışmasını engelleyen fonksiyonel bozuklukların giderilmesine, \* Pankreas üzerindeki yağlanmalar ve kireçlenmelerin giderilmesine yardımcı olur, \* İnsülin hormon kalitesinin düzenlenmesine,\* Üretilen glikozun enerjiye çevrilmesinin sağlanmasına, \* Pankreasın yenilenmesine ve hormonal dengenin düzelmesine yardımcı olur. \* Vücudun direnç kaybını engeller ve hastalık karşısında anlık rahatlamalar nedeni ile "vücutta anlık kan şekeri dengelenmesi gibi" durum yaratmaz.\*Destekleyici özelliği ile pankreası destekler ve hastalığın ilerlemesinin engellenmesine yardımcı olur. \* GreenStore Panqudie nin hedefi pankreasın tekrar düzenli şekilde çalışmasını sağlamaktır. İnsülin Hormonundaki dengesizliğin (Eksik veya Kalitesiz Salgılanması) giderilmesine ve pankreasın onarılmasına yardımcı olur, insülinin Hücre için kullanılabilir hale getirilmesine ve kandaki şekerin hücreye ulaşmasına, dolayısıya şekerin enerjiye çevrilmesine yardımcı olur. \* Kan şekerinin düşürülmesine yardımcı olur. \* Şeker hastalığının şikayetleri olan ağız kuruluğu sık sık idrara çıkma, el ayak yanmaları ve kilo kaybının engellenmesine yardımcı olur. \* Pankreasın onarılarak glikozu glikojene çevirmesine yardımcı olur ve glikozu vücudun ihtiyaç duyduğu enerjiye çevirmesine yardımcı olur. \* Pankreasın çalışmasını engelleyen fonksiyonel bozukluk, iç organ yağlanmaları ve vücuttaki direnç kaybının engellenmesine yardımcı bitkisel destek ürünüdür.* ***GreenStore Equisetum Kapsül*** *prostat rahatsızlığını derecesi ne derecede olursa olsun kullanmaya başladığınız ilk andan itibaren etkisini göstermeye başlayarak sizi bu illetten tamamen kurtaracaktır. GreenStore Equisetum Kapsülün Yararları: \*Zayıf ve kesik kesik idrar yapımının engellenmesine, \*İdrar esnasındaki yanma ve sancı problemlerinin giderilmesine, \*Sık Sık tuvalete gitme problemine, \*Prostat bezindeki büyümenin giderilmesine ve iltihabın atılmasına, \*Mesanenin tam boşalmaması sorununun çözümüne, \*PSA değerinin düşmesine yardımcıdır.* ***GreenStore Normative-Y Kapsül*** *Yüksek Tansiyona Karşı Bitkisel Gıda Takviyesi Normative-Y Uzun araştırmalar sonucu üretilen etkili bir destek ürünüdür. Yüksek tansiyon problemi yaşıyorsanız mutlaka deneyinGreenStore Normative-Y Kapsül Yararları: \* Yüksek tansiyonu dengeler, \* Yorgunluk ve halsizliğin giderilmesinde, \* Bağışıklık sistemini güçlendirmede yardımcı olur.* ***GreenStore Paraseptin Set*** *GreenStore Bitkisel Migren Set bu hastalıkla ve bu hastalığı oluşturan etmenlerle savaşır, Migreni yenmeniz için en büyük yardımcınız GreenStore Bitkisel Migren Set OlacaktırGreenStore Paraseptin Kapsülün Yararları: \*Migren tedavisinde %100 yakın etkilidir. \*Migreni önler ve tekrar oluşmasını engeller, \*Düzenli ve sürekli kullanımda migren ağrılarını tamamına yakınını ortadan kaldırır. \*Migrene bağlı olarak oluşan bulantı ve kusmayı ortadan kaldırır, \*Ürün tamamen doğal bitkilerden elde edilmiştir* ***GreenStore Hiemalis Set*** *egzama rahatsızlığını derecesi ne derecede olursa olsun kullanmaya başladığınız ilk andan itibaren etkisini göstermeye başlayarak sizi bu illetten tamamen kurtaracaktır. GreenStore Hiemalis Kapsülün Yararları: \* Kaşınan egzamalı bölegelerdeki kaşıntıyı giderir, \* Kılcal damarların düzenli çalışmasına yardımcı olur, \* Hassas deriyi güçlendirir \* Egzamalı deride oluşan iltahabı giderir \* Karaciğeri onarır ve karaciğerdeki toksinlerin atılmasını sağlar \* Derideki kuruluğu ve kızarıklığı giderir \* Derinin sulanmasını engeller \* 60 günlük düzenli kullanımda egzama rahatsızlığını tedavi eder \* % 100 doğaldır. Yapımında hiçbir kimyasal madde bulunmamaktadır.* ***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 Kapsülün Yararları: \*Vitiligo lezyonlarının tamamen ortadan kalkmasını veya büyük ölçüde azalmasını sağlar. \*Deriye rengini veren melanosit hücrelerinin doğal yenilenme kapasitesini arttırır. \*Oldukça hızlı ve güçlü bir hücre yenileyicidir. \*Vitiligoya sebep olan tüm faktörleri ortadan kaldırır. \*Deriye rengini veren melanosit hücreleri doğal yenilenme kapasitesini arttırır. \*Kaybolan pigmentlerin yeniden canlanmasını sağlar.\*Deriyi eski rengine geri getirir.* ***GreenStore Pilleses Set*** *Ağrısız ameliyatsız tamamen doğal bitkilerden üretilmiş GreenStore Pilleses Hemoorid set ile hemoroid (Basur) rahatsızlığınızın önlenmesine yardımcı olun. GreenStore Pilleses Kapsül Yararları: \*Pilleses Kapsül Basur kanamalarını ilk kullanımdan itibaren kesilmesine, \*Makat bölgesinde oluşan memeleşmeleri önlenmesine, \*Ağrı sancı problemlerinin önlenmesine, \*Vücut genelindeki tüm tıkalı damarların açılmasına yardımcı olur, \*Kalbin güçlenmesinde ve kan basıncının düzenlenmesine yardımcı olur, \*Sindirim sisteminin düzenlenmesine, kabızlık ve ishal gibi problemlerin giderilmesine yardımcı olur, \*Bağırsakların düzenli çalışmasına, \*Varis oluşumunun önlenmesine oluşan varislerin ilerlemesinin durdurulmasına.\*Hemoroidle ilgili olan bütün şikayetlerin önlenmesine, \*Rahatsılığın tekrar etmesinin önüne geçilmesine yardımcı tamamen doğal, bitkisel destek ürünüdür.* ***Balsarayı Propolis Ekstraktlı Bitkisel Kapsül*** *Klinik çalışmalarda Propolis in comedo, beriberi, shingles, zosfer psorias, deri ülserine karşı çok etkili olduğunu göstermiştir. Propolis ayrıca ağız yaraları, periodonditis, diş ağrısı, rhinitis, mide ülseri, nefrit, idrar yolları enfeksiyonu, influenza, diare, polypus, malignant tümör (Kanser) ve diğer birçok hastalıkta da başarılı bir şekilde kullanılmaktadırBalsarayı Propolis Ekstraktlı Bitkisel Kapsülün Yararları: \*Mide hastalıklarına karşı koruyucu etkiye sahiptir. \*Mide ülseri oluşumunu engeller. \*Antibiyotik etkisi ile idrar yolları enfeksiyonlarına karşı koruma sağlamaktadır.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde *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,*

-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-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1 ve 42/2 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**70)**

**Dosya No: 2015/399**

**Şikayet Edilen: Farmapark Ar-Ge Biyoteknoloji Makine Kimya Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Mengusu”*** isimli ürüne yönelik olarak [www.mengusu.com.tr](http://www.mengusu.com.tr) ve <https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=294555330752903&id=292421457632957&substory_index=0> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.mengusu.com.tr adresli internet sitesinin Mart 2015 tarihli görünümünde; *“****Bileşenleri; Zeytin Bitkisi Yaprağı…*** *Yapraklar ve gövde kabuğu %5 çay (infüzyon) halinde iştah açıcı, idrar söktürücü ve ateş düşürücü olarak kullanılır. Şeker hastalığında kullanım alanı olduğu gibi, tansiyon düzenleyici olarak da bilinir…”* Ayrıcahttps://www.facebook.com/permalink.php?story\_fbid=294555330752903&id=292421457632957&substory\_index=0 adlı url uzantısında “*Antidiyabetik ve antilipidemik amaçla hazırlanan Mengüsu TM‘nun uygulanması esnasında kan glikoz düzeyi azalırken kilo kaybının önlenmiş olması, "insulinin etkisine benzer/insulin like effect" bir gelişmeyi işaret etmektedir. MengüsuTM kullanımı esnasında kan glikozunda ani fluktuasyonlar oluşmadığı gibi kontrollü bir düşüş elde edildi, glisemik kontrole ek olarak trigliserid, kolesterol ve HDL/LDL kontrolü sağlandı, diyabetin bilinen patagonezinde oluşan organ hasarı kayda değer oranda önlendi, lipid ve glikoz metabolizmalarında oluşan olumlu gelişmeler HbA1c düzeyindeki pozitif değişimler ile teyid edildi*.” şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde 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”* kapsamındadeğerlendirilen 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, 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-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1 ve 42/2 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Farmapark Ar-Ge Biyoteknoloji Makine Kimya 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.

**71)**

**Dosya No: 2015/866**

**Şikayet Edilen: HD Restaurant İşletmelri Gıda Tur. İnş. Tic. Ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait işletme panolarında ve menülerinde yer alan ***“İskender Kebap”*** porsiyonuna ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İşletme Pano ve Menüleri

**Tespitler**: İskender Kebabın fiyatının*;* 1 porsiyon:14,95 *ve* 1,5 porsiyon:17.95 *ve* 2 porsiyon (duble):19,95 olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma işletmesinin pano ve menülerinde yer alan İskender Kebabın fiyatının*;* 1 porsiyon:14,95 *ve* 1,5 porsiyon:17.95 *ve* 2 porsiyon (duble):19,95 ifadelerinin reklamın doğası gereği kullanılabilen ifadeler olduğu, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı tespit edilmiş olup söz konusu ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2015/251**

**Şikayet Edilen: Şifa Market – E.N.A Bitkisel Ürünler Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam: www.sifamarket.com.tr** adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.sifamarket.com adresli internet sitesinin 22.06.2015 tarihli görünümünde,hastalıklar bölümü altında; *“ akciğer kanseri, Alzheimer, böbrek yetmezliği, down sendromu, kalp yetmezliği, karaciğer büyümesi, prostat, şeker hastalığı(diyabet), zehirli guatr”* vb. birçok hastalık ismine yer verildiği bu hastalık sekmeleri tıklandığında *“konu ile ilgili uzman kadromuzun tavsiye ettiği ürünü görmek için tıklayın”* şeklinde link verildiği, bu linkler açıldığında *“(AKCGR-SRTLSMS) Zerdeçal Karışımlı Set, Yeşilex Ginkgo Biloba Ekstraktı 600 mg, (BBRK-YTMZLG) Kırkkilit Otu Karışımlı Set, Yeşilex Propolis Sıvı Ekstraktı 150 ml, Yeşilex Yaban Mersini Sıvı Ekstraktı 150 ml, (KRCGR-BYMS) Enginar Karışımlı Set, Alpenkrauter Balsam 200ml (Masaj Jeli)”* şeklindeifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispatamuhtaç iddialarla tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle yukarıda bahsi geçen ürün ve buna benzer birçok muhtelif “*gıda* takviyesi” ve/veya *“kozmetik ürün”* 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 şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda *“gıda takviyesi***”** 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,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d, 7/a, 7/b, 7/c maddeleri;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4. ve 10. 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-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1 ve 42/2 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Şifa Market – E.N.A Bitkisel Ürünler Ltd. Şti** 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** verilmesine karar verilmiştir.

**73)**

**Dosya No: 2015/973**

**Şikayet Edilen: Marmara Et ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Yoook Mu”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Muhtelif TV kanallarında yayınlanan “*Yook mu?.. 30 yıldır dillerden düşmeyen lezzet... ve Dur bir dakika geçme. İzlemek isteyen yok mu?...*” başlıklı ve “Maret” temalı televizyon reklamlarında;

8-10 küçük çocuğun “*Yook mu… Yoook mu… Brokoli var da Maret yok mu! Bu gördüğün de can değil mi… Ellere var da bize yok mu… Maret bize de bize de bize de…*” şeklinde şarkı söylediği görsellere ve ifadelere yer verilerek, özellikle çocuklar tarafından aşırı tüketilmesi tavsiye edilmeyen et ürünlerinin çocuklar tarafından aşırı tüketiminin teşvik edildiği ve böylece söz konusu reklamın çocuklara sağlıksız beslenme alışkanlığı edindirebileceği, ayrıca çocukların kullandığı “***ellere var da bize yok mu***” şeklindekı ifadelerle çocukların Maret markalı et ürünlerinin tüketimi için ebeveynlerini ikna etmeye çalıştığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif TV kanallarında yayınlanan “*Yook mu?.. 30 yıldır dillerden düşmeyen lezzet... ve Dur bir dakika geçme. İzlemek isteyen yok mu?...*” başlıklı ve “Maret” temalı televizyon reklamlarında;

8-10 küçük çocuğun “*Yook mu… Yoook mu… Brokoli var da Maret yok mu! Bu gördüğün de can değil mi… Ellere var da bize yok mu… Maret bize de bize de bize de…*” şeklinde şarkı söylediği görsellere ve ifadelere yer verilerek, özellikle çocuklar tarafından aşırı tüketilmesi tavsiye edilmeyen et ürünlerinin çocuklar tarafından aşırı tüketiminin teşvik edildiği ve böylece söz konusu reklamın çocuklara sağlıksız beslenme alışkanlığı edindirebileceği, ayrıca çocukların kullandığı “***ellere var da bize yok mu***” şeklindekı ifadelerle çocukların Maret markalı et ürünlerinin tüketimi için ebeveynlerini ikna etmeye çalıştığı,

Diğer taraftan söz konusu reklam filminde çocuk oyunculara ve bu çocuklar arasındaki diyaloğa yer verilmek suretiyle, çocukların saflığı, şirinliği ve sempatikliği kullanılarak ticari kazanç elde edilmeye çalışıldığı, böylece çocukların istismar edildiği, görüş ve kanaatine varılarak, inceleme konusu reklamların;

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete ‘de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin; 5/b, 5/c, 5/ç, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 24/1-a 24/1-f maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Marmara Et ve Gıda Sanayi Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **220.220-TL (İkiyüzyirmibin İkiyüz yirmi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**74)**

**Dosya No: 2014/301**

**Şikayet Edilen: Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.10daysresmisatis.com](http://www.10daysresmisatis.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“10days”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.10daysresmisatis.com](http://www.10daysresmisatis.com) adresli internet sitesinin 07.07.2014 tarihli görünümünde; *“Herhangi bir diyete gerek duymadan kilo vermenize yardımcı ürün Türkiye’de… Hızlıca kilo vermenize yardımcı… Yediğiniz yemekteki yağları tutmaya yardımcı… Kilonuzu kontrol almanıza yardımcı olur… Diğer tüm zayıflama yöntemlerinden farklı olarak yediklerinize bir kısıtlama getirmeyen 10days ile istediğiniz her şeyi yiyebileceksiniz… Özel bir diyete gerek yoktur. Yağ hücrelerinizi parçalayarak kalsiyum ve C*

*vitamini etkisi ile vücudu korumaya yardımcıdır. 10days kullanmazsanız, yağ emilimi minimum seviyede, yağın çoğu vücudunuzda birikir. 10days kullanırsanız, yağ emilimi maksimum seviyede, yağın vücutta birikmesini engellemeye yardımcı olur.”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde 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”* kapsamındadeğerlendirilen 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, 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-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 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 ve 17 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam 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.

**75)**

**Dosya No: 2014/302**

**Şikayet Edilen: Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.yesilkahvecekirdegi.net](http://www.yesilkahvecekirdegi.net) adresli internet sitesinin 18.07.2014 tarihli görünümünde; *“Yeşil Kahve içerek kilo vermeye başlayın. Hücrelerinizden toksinleri atmaya yardımcıdır. Kalorinizi daha hızlı yakmaya yardımcıdır. Uyarıcı özelliği ile zinde ve açık tutar… Yağ moleküllerini parçalamaya yardımcı olur… Hızlı ve sağlıklı kilo vermeye yardımcı olur. Bağışıklık sistemini korumaya yardımcı. Sorunlu bölgelerde yağ yakmaya destek. Diyet ve egzersiz gerektirmeden kullanılabilir. Vücuttan toksinlerin atılmasına yardımcıdır… Dr. Mehmet Öz yeşil kahve çekirdeğini öneriyor. 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 artıran yeşil kahve çekirdeğinin kilo vermek isteyenlere diyet ve sporun yanında yardımcı olacağını dile getirdi. Yeşil kahve çekirdeğinin içerisinde bulunan klorojenik asit vücutta glikoz salınımını azaltırken aynı zamanda metabolizmayı düzenlemeye, yağların yakımına ve bu satede kilo vermeye yardımcı bir bileşendir, dedi.… Yeşil kahve green coffee araştırma raporları: Scranton Üniversitesi. Scranton Üniversitesinden Dr. Joe Vinson’un başkanlık yaptığı araştırmada; saf yeşil kahve çekirdeği ile katılımcıların fiziksel aktivite yapmadan ve rutin hayatlarının dışına çıkmadan kilo kaybettikleri gözlemlendi… Facebook yorumları: … 2 haftada 4 kilo verdim… Ben de yeşil kahve içiyorum bir aydır sadece 4 kilo verdim… Dr. Osman Müftüoğlu Hürriyet’te açıklıyor. Yeşil kahve için hap olanı değil sadece kahve tozu şeklinde içim yapın ve dikkatli olun. Haplar tehlikeli olabilir ama yeşil kahve tozu mutlaka kullanılmalı…”*şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde 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”* kapsamındadeğerlendirilen 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/d, 5/e, 5/i 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-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1 ve 42/2 42/5-b, 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 ve 17 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam 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.

**76)**

**Dosya No: 2014/1292**

**Şikayet Edilen: Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.garlictea.co](http://www.garlictea.co) adresli internet sitesinde yer alan ***“Sarımsak Çayı”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.garlictea.co](http://www.garlictea.co) adresli internet sitenizin 22.09.2014 tarihli görünümünde; *“Fahriye Evcen’in sarımsak çayı ile kilo vermenize destek…Angelina Jolie’den Fahriye Evcen’e kadar!... Sağlıklı bir şekilde kilo verdirmeye, yağ yakmaya, Sindirim sistemini düzenlemeye, metabolizmayı hızlandırmaya destek olur… Bitkisel ve doğal yollarla zayıflama konusunda uzman olan Dr. Ender Saraç, bizlere kısa sürede doğal zayıflamaya yardımcı olacak sarımsak çayı tarifini değişik seferlerde televizyon programlarında verdi… Bengü albüm çalışmalarında onu kullandı. Sarımsak çayı ile 10 kilo verdi… Bugün’de yer alan habere göre, Dr. Ender Saraç da sağlıklı yaşam ve zayıflamak için sarımsak çayını tavsiye ediyor. Saraç, Zayıflama sürecini hızlandırmaya yardımcı bu çay içilmeli diyor… Diğer çaylara hiç benzemiyor. Sarımsağın kuvveti ve antioksidan özelliği ile kilo vermenize ayrıca destek olur… Sarımsak çayı metabolizmanızı hızlandırmaya, sindirim sisteminin düzenlenmesine, bağırsakların çalışma hızını dengelemeye, tokluk hissi vermeye, açlığı bastırmaya, bağışıklık sistemini kuvvetlendirmeye destek olarak vücudun halsiz düşmesini engellemeye yardımcı olur. Vücuda enerji ve zindelik vermeye destek bir çaydır…”* şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde 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”* kapsamındadeğerlendirilen 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/d, 5/e, 5/i 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-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1 ve 42/2 42/5-b, 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 ve 17 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam San. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2014/795**

**Şikayet Edilen: Loti İnternet Hizmetleri Pazarlama San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.08.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.karbonatcayisatis.com](http://www.karbonatcayisatis.com) adresli internet sitesinin 21.08.2014 tarihli görünümünde yer alan **“Karbonat Çayı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ayda 6 kilo verdirmeye yardımcı formül karbonat çayı ile tanışın. İçeriğindeki faydalı bitkiler sayesinde zayıflamanıza yardımcı olurken, aynı zamanda mucizevi gıda kimyası olan karbonat sayesinde vücudun alkali seviyesini ayarlayarak birçok hastalığı tedavi etme ve önlemenizde yardımcıdır. İçeriğindeki bitkiler alkali yönünden zengin bitkilerdir. Gıdalarla alınan yağların %40’ı kadarının emilmeden atılımını sağlar. Karbonat çayı vücudunuzun alkali dengesini sağlayarak içeriğindeki bitki kombinasyonu sayesinde mide şişkinliği, gaz problemleri, hazımsızlık, sindirim sistemi problemleri, idrar yolu iltihapları, vücuttaki ödem ve fazla sıvının atılımını, metabolizmanın hızlandırılmasını, vücuttaki fazla yağların parçalanarak dışarı atılması sayesinde sağlıklı olarak kilo vermenize yardımcı gıda takviyesi formatında özel bir çaydır.”* ifadelerine, *“Karbonat çayı benzersiz formülü ile Türkiye Aktarlar ve Baharatçılar Federasyonu’nun onayladığı zayıflamaya yardımcı bir üründür. Karbonat TÜBAF (Türkiye Aktarlar ve Baharatçılar Federasyonu) tarafından onaylı olarak üretilmiştir. İçeriği %100 doğaldır. Aynı zamanda TÜBAF adına TR-16-K-017408 kayıt numarası ve 0280-21 parti numarası ile Bakanlık izni ile üretilmiştir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.karbonatcayisatis.com](http://www.karbonatcayisatis.com) adresli internet sitesinin 21.08.2014 tarihli görünümünde yer alan **“Karbonat Çayı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ayda 6 kilo verdirmeye yardımcı formül karbonat çayı ile tanışın. İçeriğindeki faydalı bitkiler sayesinde zayıflamanıza yardımcı olurken, aynı zamanda mucizevi gıda kimyası olan karbonat sayesinde vücudun alkali seviyesini ayarlayarak birçok hastalığı tedavi etme ve önlemenizde yardımcıdır. İçeriğindeki bitkiler alkali yönünden zengin bitkilerdir. Gıdalarla alınan yağların %40’ı kadarının emilmeden atılımını sağlar. Karbonat çayı vücudunuzun alkali dengesini sağlayarak içeriğindeki bitki kombinasyonu sayesinde mide şişkinliği, gaz problemleri, hazımsızlık, sindirim sistemi problemleri, idrar yolu iltihapları, vücuttaki ödem ve fazla sıvının atılımını, metabolizmanın hızlandırılmasını, vücuttaki fazla yağların parçalanarak dışarı atılması sayesinde sağlıklı olarak kilo vermenize yardımcı gıda takviyesi formatında özel bir çaydır.”* 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, *“Karbonat çayı benzersiz formülü ile Türkiye Aktarlar ve Baharatçılar Federasyonu’nun onayladığı zayıflamaya yardımcı bir üründür. Karbonat TÜBAF (Türkiye Aktarlar ve Baharatçılar Federasyonu) tarafından onaylı olarak üretilmiştir. İçeriği %100 doğaldır. Aynı zamanda TÜBAF adına TR-16-K-017408 kayıt numarası ve 0280-21 parti numarası ile Bakanlık izni ile üretilmiştir.”* ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı ve ispata muhtaç olduğu, ayrıca söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte sağlık beyanlarına yer verildiği,

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde yer alan **“Karbonat Çayı”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen “*Gülben Ergen, Hande Polat, Aytuğ Kolonkaya, İkbal Gürpınar, Ahmet Maranki canlı yayında karbonat çayının faydasını açıklıyor”* ifadelerinde adı geçen kişilerin tanıklık ve onaylarının ispata muhtaç olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 4/c, 5 inci 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, 7/a, 7/c, 7/g, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9, 16, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Loti İnternet Hizmetleri Pazarlama 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.

**78)**

**Dosya No: 2014/574**

**Şikayet Edilen: Mustafa BEYDEMİR**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.)trufmantarsatis.com adresli internet sitesinin 21.03.2014 tarihli görünümünde yer alan “***Trüf Mantarı Bitkisel Kapsül -*** *Avrupa’da milyonlarca kilo satan Trüf Mantarı sayesinde artık kilolarınızdan kurtulmak sizin elinizde. Avrupa’da genelde tokluk hissi verdiği için yemeklerle birlikte tüketilir. Tok tutar, vücut direncinin düşmesini önler! En güçlü anti-oksidan içeren mantar türüdür. Vücutta birikmiş yağların yakılmasında çok etkilidir. Omuriliğin kuvvetlendirilmesinin bitkisel tedavisinde kullanılır. Kolesterol tedavisinde kullanılır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.trufmantarsatis.com](http://www.trufmantarsatis.com) adresli internet sitesinin 21.03.2014 tarihli görünümünde yer alan “***Trüf Mantarı Bitkisel Kapsül -*** *Avrupa’da milyonlarca kilo satan Trüf Mantarı sayesinde artık kilolarınızdan kurtulmak sizin elinizde. Avrupa’da genelde tokluk hissi verdiği için yemeklerle birlikte tüketilir. Tok tutar, vücut direncinin düşmesini önler! En güçlü anti-oksidan içeren mantar türüdür. Vücutta birikmiş yağların yakılmasında çok etkilidir. Omuriliğin kuvvetlendirilmesinin bitkisel tedavisinde kullanılır. Kolesterol tedavisinde kullanılır.*”şeklinde tedaviye yönelik ve endikasyon belirterek ürünün 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 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 reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil 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;

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 4/c, 5 inci ve 7 nci 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, 7/g, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 26 ncı 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 **Mustafa BEYDEMİR** 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.

**79)**

**Dosya No: 2014/1345**

**Şikayet Edilen: Bayram OKUR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde ***“Vitrix”***isimli ürüne ilişkin yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****Vitrix****”*** isimli ürüne ilişkin [www.](http://www.cintopusiparis.net)n11.com adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda; “***Erken boşalmayı, sertleşme sorununu (iktidarsızlık) ve maksimum sertleşmeye yardımcı olur. Cinsel gücü artırıcı etkili bir afrodizyaktır. Sperm sayısını çoğaltır ve hareketlendirir. (…) Cinsel isteksizlik ve iktidarsızlık problemlerine yardımcı olur, sertleşme problemine yardımcı. Beyindeki oksijen seviyesini düzenlemede yardımcı. Karışımın kan basıncını düzenleyici, kalp kuvvetlendirici, kolesterol seviyesini düşürücü, merkezi sinir sistemini uyarıcı ve özellikle yorgunluğu giderici özelliği vardır. İştah açıcı ve cinsel gücü kuvvetlendirici etkisi bulunmaktadır. Uzun süreli kullanımlarda sperm sayısını artırıcı özellik gösterir.***”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, 17 nci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Bayram OKUR** 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.

**80)**

**Dosya No: 2014/1835**

**Şikayet Edilen: Elif Odak ERDEM**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kombuchatea35.blogspot.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ***“Kombu Çayı”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.kombuchatea35.blogspot.com.tr](http://www.kombuchatea35.blogspot.com.tr) adresli internet sitesinin 26.01.2015 tarihli görünümünde; *“İşte faydalı olduğu noktalardan bazıları; \* En önemli özelliği ömrü uzatmasıdır. \* Tüm salgı bezlerini ve hormon savunmasını uyarır. \* Vücudun pH dengeni sağlar. \* Vücuttaki atık madde ve zehirli maddelerin suda çözülebilir hale gelerek atılmasını sağlar. \* Kan dolaşımını hızlandırır. \* Metabolizmayı uyarır. \* Kalp atış 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 seviyesini sabitleyerek, şeker hastalığını tedavi eder. \* Alerjileri hafifletir ve zamanla giderir. \* Sertleşmiş karaciğeri yumuşatır ve yeniler. \* Böbrek faliyetlerini geliştirir. \* Kanseri önler ve tedavi eder. \* İyi bir antioksidan olması nedeniyle, oluşan radyasyona karşı koruyup serbest radikallerle savaşır. \* Hücre duvarının yeniden oluşumunu sağlar. \* Doku sertleşmesini (multiple scloris; MS) tedavi eder. \* Damar sertliğini (arterioscloresis) tedavi eder. \* Elastikiyet sağlar ve gevşek eklemleri kuvvetlendirir. \* Mafsal iltihabı (arthritis) ve romatizmaya iyi gelir. \* Gut hastalığına iyi gelir. \* Böbrekteki ve idrardaki kumu döker, safra kesesi taşlarını düşürür. \* Vücuttaki ürik asit ve kolesterolü suda erir hale getirerek vücuttan atılmasına yardımcı olur. \* Peklik (kabızlık) problemini giderir. \* Hemoroidi tedavi eder. \* Yorgunluk bitkinlik ve sinirliliği giderir. \* Herpes virüsünün soğuk algınlığı ağrılarını ve uçuk oluşturmasını engeller. \* Siğil ve Dysplastik lekeleri yok eder. \* Anjine çare olur. \* Epstein-Barr virüsüne dayanan kronik yorgunluk hissini tedavi eder, öpüşme hastalığı (mononucleosis) iltihaplanmasını iyileştirir. \* Kan sayımını normalize eder. \* Akciğerlerdeki bronşiti, öksürük ve balgamı gideririr. \* Bademcikleri tedavi eder (sirkeleşmiş çay, gargara şeklinde kullanılabilir). \* Kan damarlarını genişleterek ve kardiak kasını uyararak kalp problemlerini giderir. \* Adale ağrılarını giderilmesinde yardımcı olur. \* Cinsel gücü arttırır. \* Kısırlığı yok eder.”* 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. maddesinin 3. bendi,

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 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 Yönetmeliğin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**81)**

**Dosya No: 2015/19**

**Şikayet Edilen: Çelik Grup İlaç Medikal Tıbbi Mal. Koz. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.celikgrupilac.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.celikgrupilac.com](http://www.celikgrupilac.com) adresli internet sitesinin 04.02.2015 tarihli görünümünde yer alan; **“Bağışıklık sistemi Destek Ürünleri”**başlığı altında*,*  ***“Redsmac Krill Oil 90 Kapsül:*** *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…* ***Morina Mega Plus Balık Yağı 90 Kapsül:****… Kolestrol metabolizmasında etkili olarak HDL/LDL kolestrol dengesini ayarlamaya yardımcı olur. Hücre zarlarının güçlenmesine ve esnekleşmesine yardımcı olur. Kalp ve damar hastalıklarında koruyucu rol oynar...* ***Pelargon Damla 50 Ml.:****… Genel bağışıklık sisteminin desteklenmesinde ve güçlenmesinde yardımcı olarak akyuvarların enfeksiyon bölgesine hareketini hızlandırabilir. Böylece virüs ve diğer mikroorganizmaların yok edilmesine destek olur. Gripal enfeksiyonların ve soğuk algınlıklarının tedavisinde öksürük, ateş, boğaz ağrısı, ses kısıklığı, hapşırık, göz yaşarması, yorgunluk, bitkinlik, halsizlik gibi yakınmalarda hızlı bir iyileşmede tedaviye yardımcı olur.”*

**“Kas ve Eklem Sağlığı Ürünleri”**başlığı altında, *“****Boneflex 60 Tablet:****… Düzenli bir şekilde kullanıldığında bağ dokusu oluşumunu ve kıkırdak yenilenmesini sağlayarak eklem hareketlerinin rahatlamasını, eklemlerin korunup güçlenmesine uzun dönemde ağrının azalmasına yardımcı olarak eklem fonksiyonlarının sağlıklı bir şekilde devam etmesine yardımcı olur…* ***Boneflex Type Iı Kollejen 60 Tablet:****… Kıkırdak dokudaki immün sistem salgısını durdurur. Böylece eflamasyon ve ağrıyı azaltır, kıkırdak hasarını ve yıkımını önler, bağışıklık sistemi ile birlikte çalışır, osteoartrit ilerleyişini tersine çevirmede tedaviye yardımcı olur.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle yukarıda bahsi geçen ürünler 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 ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, diğer taraftan; endikasyon belirten ifadelerin, anılan internet sitesinde bulunan ve Kozmetik Mevzuatına tabi 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 ile 7/a, 7/b, 7/c maddeleri,

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

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

- Kozmetik Yönetmeliğinin; 4 üncü maddesi ile 10 uncu maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Çelik Grup İlaç Medikal Tıbbi Mal. Koz. 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.

**82)**

**Dosya No: 2015/690**

**Şikayet Edilen: Merihcan BAYTAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fatblock-tr.net](http://www.fatblock-tr.net) adresli internet sitesinde yer alan ***“Fat Block”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.fatblock-tr.net](http://www.fatblock-tr.net) adresli internet sitesinin 26.05.2015 tarihli görünümünde; “*Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın! Yağları kendine çeken formül. Prospektüsü… özel diyete gerek yoktur. Sağlık Bakanlığı’na kayıtlı… Avruğa’dan ithal edilmiştir. Bitkisel gıda takviyesi değil…Fat Block yağlara nasıl etki ediyor?... Dr. Aytuğ Kolankaya’dan dinleyin. “* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin ilgili ürünün obezite ve ilintili hastalıkları önleme endikasyonu ile piyasaya sunulduğu,ancak Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, ürünün etki mekanizması ile ilgili çelişki ifadelerin varlığı, etki mekanizmasının fiziksel olduğuna dair bilgiler ve obezite ve ilintili hastalıkları önleme açısından destekleyici yayınların yetersiz olması nedenleriyle **“*güvensiz”***olarak kabul edilen ilgili ürünün **“*Tıbbi Cihazlar Mevzuatları kapsamında değerlendirilemeyeceği”*** kararına varılarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası(TİTUBB)’nda yer alan tıbbi cihaz kaydının iptal edildiği,

Dolayısıyla, **gıda takviyesi olarak değerlendirilen** ilgili ürün tanıtımlarında yer alan endikasyon belirten ifadelerin yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle 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, “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/g 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, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5 maddeleri,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a- 9/1, 9/4, 11/a, 16/3 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**83)**

**Dosya No: 2015/680**

**Şikayet Edilen: Uğur MENCİK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.fatblockk.com](http://www.fatblockk.com) adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde; “*Fat Block ile zayıflamak ister misiniz?.. Erkek ya da kadın fark etmeksizin karşımıza çıkan sorunlardan birisi de aşırı kilo sorunu. Bedeni daha hantal bir hale getiren, vücutta birbiri ardına sağlık sorunlarına sebep olan ve kişisel görünümünüze olumsuz etkiler sunan kilo problemi artık yok olacak. Avrupa’da birçok ülkede özellikle kadınlar tarafın sağlıklı ve gerçek zayıflama için kullanılan Fat Block artık Türkiye’de de satışta. Son dönemlerde özellikle Fransız kullanıcılar tarafından göklere çıkarılan, ülkemizde de kadın forumlarının en gözde zayıflama ilaçlarından birisi haline gelen Fat Block orijinal ve bakanlık onaylı olarak satışa sunuldu. İçerdiği etkin maddeler sayesinde daha az eziyet çekerek daha fazla kilo vermenize imkân sağlayan Fat Block diğer taraftan da vücudunuzun zinde kalmasına yardımcı olarak günlük işlerinizde size enerji katacaktır. Her yemekten sonra yediğinizin daha fazlasını yakabilmek adına saatlerce koşmanız, spor salonlarında günün yarısını tüketmeniz, gittiğiniz her mağazadan eli boş dönmeniz gibi tüm günlük sorunlara Fat Block tek başına müdahale edecektir. Düzenli kullanım sonrasında Fat Block inanılmaz bir şekilde kilolarınızdan kurtulmanıza imkân sağlayacaktır… Fat Block içerisinde havuç, yulaf ve sodyum alginat bulunan ve sektörde Eylem Ball ismi ile tanınan özel bir bileşen ile Captoglicolipid (../../Captoglicolipid.html) adı verilen etkisi kanıtlanmış bir zayıflama bileşeninin bir araya gelmesi ile ortaya çıkmıştır. Bu noktada size açlık hissettirmeden zayıflamanıza imkân tanıyan Fat Block aynı zamanda içindeki etken maddeler sayesinde karbonhidrat ve yağ bağlayıcı özelliğini ve iştah bastırıcı özelliğini kullanıcılara sunmaktadır. Sırf daha uygun fiyata almak uğruna merdiven altı diye tabir edebileceğimiz yerlerden veya sitelerden alacağınız, sağlığınıza olumsuz etkiler doğuracak kaçak ve sahte Fat Block ürünleri yerine sitemizden oldukça uygun fiyata ve %100 orijinal olarak Fat Block ürünlerine sahip olabilirsiniz. Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmış olan ve tamamen orijinal bir şekilde sizlere ulaştırılacak olan Fat Block ürününe sahip olmak sadece bir tık ileride sizleri bekliyor. Açlık duygularını azaltan özel formülü sayesinde bünyede devamlı artan açlık hissini azaltmakta, vücudun ihtiyacı olan gereksinimlerin bir kısmını yemekten, bir kısmını da kendi üzerinden size sunmaktadır. Bu sayede fazla besin tüketimi ve buna bağlı olarak aşırı kilo oluşumunu engellemektedir… Gülben Ergen programında Dr. Aytuğ konuk oluyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin ilgili ürünün obezite ve ilintili hastalıkları önleme endikasyonu ile piyasaya sunulduğu,ancak Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, ürünün etki mekanizması ile ilgili çelişki ifadelerin varlığı, etki mekanizmasının fiziksel olduğuna dair bilgiler ve obezite ve ilintili hastalıkları önleme açısından destekleyici yayınların yetersiz olması nedenleriyle **“*güvensiz”***olarak kabul edilen ilgili ürünün **“*Tıbbi Cihazlar Mevzuatları kapsamında değerlendirilemeyeceği”*** kararına varılarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası(TİTUBB)’nda yer alan tıbbi cihaz kaydının iptal edildiği,

Dolayısıyla, **gıda takviyesi olarak değerlendirilen** ilgili ürün tanıtımlarında yer alan endikasyon belirten ifadelerin yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle 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, “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/g 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, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5 maddeleri,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a- 9/1, 9/4, 11/a, 16/3 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**84)**

**Dosya No: 2015/685**

**Şikayet Edilen: Burak NEBİOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.fatblockform.com](http://www.fatblockform.com) adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde; *“Sağlık Bakanlığı izinli Fat-Block ile aç kalmadan kilo verin. Dr. Aytuğ Kolankaya’nın tavsiyesini dinleyin. Fazla kiloları vermeye yardımcı Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın!.. Yağları kendine çeken formül. Prospektüsü olan zayıflama ürünü… Bitkisel gıda takviyesi değil medikal tıbbi cihazdır… Kayseri’den Ayfer Solum verdiği kilolar sayesinde istediği bedene düşmeyi başardı. Az yese de kilo aldığını dile getiren Ayfer Solum, giyecek kıyafet bulmakta zorlanıyordu. Şimdi ise istediği kıyafetleri giyebilmenin mutluluğunu yaşıyor. Peki, yağları vücudunuzdan atılmasını sağlayan Captoglicolipid nedir ve nasıl çalışır? Fatblock Sağlık Bakanlığı izni ile satışa sunulmuş benzersiz zayıflama ürünüdür. Gıdalarla alınan yağların emilmeden %40 kadarını atar. Bu sayede vücudunuz ilk başta bölgesel olarak fazla yağları yakmaya başlar. Fat-Block kullanıldığı süre boyunca ideal kilonuza ulaştıktan sonra daha çok zayıflamanızı da önler ve ideal kilonuzu kontrol etmenizi sağlar. Çift katmanlı double özelliği ile yüksek performans. Fat Block Captoglicolipid isimli özel bir etkin madde karışımı içeren Klas IIa bir tıbbi cihazdır. Son teknoloji çok katmanlı bu tablet chitosan ve askorbik asidi özel bir oranda içermektedir. Double (iki katlı) formu ile hem yağ tutucu hem de fiber özelliği kişilerin kilo verme sürecini kolaylaştırmaya yardımcıdır. İnceliğin formülünü keşfedin… Belçika Prodigest laboratuvarlarında test edilip onaylanmıştır… Yemeklerdeki yağları tutarak vücudunuzdaki yağları yakmanızı sağlar. Kan kolesterol seviyesini azaltır. “* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin ilgili ürünün obezite ve ilintili hastalıkları önleme endikasyonu ile piyasaya sunulduğu,ancak Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, ürünün etki mekanizması ile ilgili çelişki ifadelerin varlığı, etki mekanizmasının fiziksel olduğuna dair bilgiler ve obezite ve ilintili hastalıkları önleme açısından destekleyici yayınların yetersiz olması nedenleriyle **“*güvensiz”***olarak kabul edilen ilgili ürünün **“*Tıbbi Cihazlar Mevzuatları kapsamında değerlendirilemeyeceği”*** kararına varılarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası(TİTUBB)’nda yer alan tıbbi cihaz kaydının iptal edildiği,

Dolayısıyla, **gıda takviyesi olarak değerlendirilen** ilgili ürün tanıtımlarında yer alan endikasyon belirten ifadelerin yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle 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, “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/g 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, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5 maddeleri,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a- 9/1, 9/4, 11/a, 16/3 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**85)**

**Dosya No: 2014/1517**

**Şikayet Edilen: Cengiz EKEN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.limora.com.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.limora.com](http://www.limora.com).tr adresli internet sitesinin 16.01.2015 tarihli görünümünde; ***Omnivit Omega 3 Kiddy Gıda Takviyesi Şurup*** *adlı ürüne yönelik olarak; “Kolay kullanımı ve içerisindeki vitaminler, çocuğunuzun ihtiyaç duyduğu takviye vitaminler olup, DHA ve APA değerleri sayesinde* ***çocuklarınızın beyin ve zekâ gelişimini*** *desteklemeye yardımcı olabilir. Özellikle DHA* ***beyin gelişimi*** *için en önemli yağ asididir.”* ***Nutraxin Herbs Melisa*** *adlı ürüne yönelik olarak; “Antik dönemden beri bilinen Melisa, Roma döneminden* ***ilaç*** *olarak* ***yaralarda, zehirli ısırıklarda, köpek ısırıklarında, arı sokmalarında*** *kullanılmıştır. Halk arasında Oğul Otu olarak bilinir. Özellikle* ***sakinleştirici(sedatif) ve depresyon tedavisine yardımcı olarak, migren, histeri, aynı zamanda diş, kulak ve baş ağrılarında*** *kullanılmaktadır. Günümüzde melisa yani oğul otu yapraklarından* ***ide-bağırsak hastalıklarında*** *faydalanılır. Sedatif etkisi yanında az da olsa* ***spazm çözücü*** *etkisine dayanan gaz söktürücü etkisi bulunmaktadır.* ***Kanıtlanmış bir diğer etkisi de Ülser tedavisine yardımcı etkisidir****. Özellikle sinirsel nedenlere bağlı* ***mide hastalıklarından olan, gastrointestinal*** *sistemde gaz birikimi sonucunda karında şişkinlik oluşmasını önlemek amacıyla kullanılır. Diğer bir kullanım alanı* ***akut gastrittir****. Safra hastalıklarında, safra kesesinin taş veya iltihap sebebiyle boşanışı esnasında kolik şeklindeki ağrı durumlarında* ***spazmolitik ve sedatif*** *etkilerinden dolayı faydalanılır. Melisa yaprakları bunun dışında safra salgısını da arttırırlar. Diğer kullanım alanları; özellikle* ***uyku bozukluklarıyla seyreden fonksiyonel ve sinirsel kalp hastalıkları, ayrıca âdetin az ve düzensiz gelme durumları olan Dismenore’dir****. En yaygın harici kullanımı* ***dudak uçukları*** *üzerinedir. Herpes simplex ve özellikle bu virüsün neden olduğu dudak uçukları üzerinde etkilidir.”****Nutraxin Üzüm Çekirdeği*** *adlı ürüne yönelik olarak; “Geleneksel tedavilerde* ***venöz yetmezlikler ve kan dolaşımı bozukluklarında*** *kullanılır. İçeriğinde bulunan proantosiyanidinler antioksidan etki gösterir. Bu sayede* ***antiaterosklerotik ve yaşlanmayı geciktirici*** *etki gösterir. Ayrıca damar çeperlerini güçlendirici ve bu sayede* ***ödemi engelleyici*** *etkisi vardır. Prosiyanidinlerin diyabetik* ***retinopati, gece görüşü ve oküler stres*** *üzerinde faydalı etkileri bulunmaktadır. Prosiyanidinler, kıl* ***epitelyal hücresi büyümesini*** *destekler. Folikül hücrelerin çoğalmasını uyarır.* ***Saçın dökülme fazından büyüme fazına geçişini etkiler****. Taşıdığı prosiyanidinler dâhilen uygulamasında olduğu gibi haricen uygulamalarda kıl epitelyal hücresi büyümesini destekleyici, saç folikül hücrelerin çoğalmasını uyarıcı aktivite gösterir. Topikal olarak üzüm çekirdeği ekstraktı uygulamasının güneş ışınlarının olumsuz etkisini önlediği tespit edilmiştir.”* ***Nutraxin Herbs Ginseng*** *adlı ürüne yönelik olarak;**“Geleneksel* ***tıpta iştah kaybında, anksiyetede, nevraljide ve uykusuzlukta*** *kullanılır. Ginseng, Çin’de 2000 yılından beri* ***cinsel gücü arttırma*** *amaçlı kullanılmaktadır. Çin’de ayrıca* ***gastrik düzensizliklerde ve bulantıda*** *da kullanımı vardır. Ayrıca Uzak Doğu’da,* ***ömrü uzattığı*** *inancıyla kullanıldığı gibi* ***belleği güçlendirici, kuvvet verici, ruhsal dengeyi sağlayıcı, hastalıklara karşı koruyucu*** *bir bitki olarak faydalanılır. İçerdiği maddelerden dolayı,* ***karbonhidrat ve yağ metabolizmasını uyardığı, karaciğer sağlığını koruduğu, stresi azalttığı ve radyoterapi tahribatını azalttığı*** *da tespit edilen bulgular arasındadır. Aşırı stres ve yorgunluktan kaynaklanan performans düşüklüğünü giderir.* ***Diyabetik hastalarda kan şekerinin düzenlenmesinde, ereksiyon kapasitesinin ve libidonun arttırılmasında*** *dolaşım sisteminde olumlu etki yaparak cinsel gücü arttırır. Yapılan birçok araştırma Ginseng ’in etkisinin içerisindeki ginsenosidlere bağlı olduğunu göstermektedir.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle yukarıda bahsi geçen ürünler 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 ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, diğer taraftan; endikasyon belirten ifadelerin, anılan internet sitesinde bulunan ve Kozmetik Mevzuatına tabi 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 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, 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 Yönetmeliğin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**86)**

**Dosya No: 2015/740**

**Şikayet Edilen: Ohbe Gıda ve İçecek Mam. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Mami Power”*** adlı içeceğe yönelik olarak muhtelif televizyon kanallarında ve [www.mamipower.net](http://www.mamipower.net) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait “Mami Power” adlı ürüne yönelik olarak televizyon kanallarında*,* ***“Mami Power”*** adlı ürüne yönelik olarak; “***Anne sütü arttırmaya yardımcı*** *emziren anne içeceği Mami Power çıktı.* ***Oxford Brooks Üniversitesi onaylı*** *fruit-up lı içeriğiyle Mami Power sadece seçkin eczanelerde…”* ve [www.mamipower.net](http://www.mamipower.net) adresli internet sitesinin 13.05.2015 tarihli görünümünde*; “Mami Power Emziren Anne İçeceği”* ***kilo yapmaz süt yapar****. Sütünüz bol olsun bebeğiniz doysun. Mami Power emziren anneler için özel olarak formüle edilmiş tahıllı, maltlı vitaminli, fruit-uplı,* ***düşük glisemik endeksli****,* ***kilo yapmayan anne sütü arttırıcı bir içecektir****. Mami Power sıradan bir alkolsüz malt içeceği değildir.* ***Oxford Brooks Ünivertsitesi onaylı düşük glisemik endeksli*** *fruit-up sayesinde kilo yapmaz süt yapar.* ***Düşük glisemik endeksli ürünlerin kilo yapmadığı kanıtlanmıştır.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklam ve tanıtımlardaendikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına ve beslenme beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, diğer taraftan, inceleme konusu reklam ve tanıtımlarda “*Oxford Brooks Üniversitesi onaylı”* ifadesineyer verilerek tüketicileri yanıltıcı ifadelere yer verildiği, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 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 Yönetmeliğin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/8, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TEKNOLOJİ/DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**87)**

**Dosya No: 2015/342**

**Şikâyet Edilen: A-101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam** ***“Samsung Galaxy S4”*** adlı ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firma tarafından 26.02.2015 tarihinde yayınlanan kampanya broşüründe “Samsung Galaxy S4” markalı cep telefonunun 899 TL’den satışa sunulduğu, ürünün renk ve stoklarla sınırlı olduğunun ilanın alt kısmında belirtildiği, ancak stok miktarının belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından 26.02.2015 tarihinde yayınlanan kampanya broşüründe “Samsung Galaxy S4” markalı cep telefonunun 899 TL’den satışa sunulduğu, ürünün renk ve stoklarla sınırlı olduğunun ilanın alt kısmında belirtildiği, ancak 10 Ocak 2015 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Fiyat bilgisi içeren reklamlar” başlıklı 13. maddesinin 9. fıkrası uyarınca, fiyatın geçerliliği ile ilgili bir süre veya stok sınırı var ise, bu süre ve stok miktarının reklamlarda açıkça belirtilmesi zorunlu olduğu halde inceleme konusu reklamda stok miktarının belirtilmediği, dolayısıyla söz konusu durumun;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 ve 13 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **A-101 Yeni Mağazacılık 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 cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2015/457**

**Şikayet Edilen: Grup Elektronik İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.mamajoo.com.tr adresli internet sitesinde ve ürün ambalajı üzerinde ***“Çekim Ayarlı Elektrikli Göğüs Pompası”*** adlı ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2015, 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ürün ambalajı

**Tespitler:** www.mamajoo.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda; *“Mamajoo Çekim Ayarlı Elektrikli Göğüs Pompası hızlı ve zahmetsiz süt sağımı için maksimum konfor, kullanım kolaylığı, uygun çekim gücü sağlar. Bir hastane göğüs pompası kadar güçlü olmasına rağmen aynı zamanda son derece sessiz ve kolaylıkla taşınabilir olup, gerektiğinde pille de çalışan bu pompada bulunan yumuşak konfor başlığı ürünü göğsünüzde neredeyse. Bebeğin emişi gibi nazik, doğal ve rahat hissettirir. Ayrıca ihtiyacınız olan sağma ritmi kontrolü 5 seçenek olarak parmak ucunuzdadır ve çekim gücünü değiştirmek için pompayı göğsünüzden hareket ettirmenize gerek yoktur. Mamajoo Çekim Ayarlı Elektrikli Göğüs Pompası başlangıçta silikon konfor başlığı ile göğüste 90 sn hafif bir masajla başlar, sonrasında süt sağma konumuna geçer ve 28 dakika çalıştıktan sonra da otomatik olarak kapanır. Süt sağımı sırasında kendinize uygun en rahat hız ve ritim için +/- düğmelerine basarak kolayca seçim yapabilirsiniz..”* şeklinde;

Adı geçen ürüne ait ambalaj üzerinde yapılan tanıtımlarda; *“Hızlı ve kolay sağım, 5 farklı çekim ayarı, son derece sessiz, LCD ekranda, biberon/saklama”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.mamajoo.com.tr adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda; *“Mamajoo Çekim Ayarlı Elektrikli Göğüs Pompası hızlı ve zahmetsiz süt sağımı için maksimum konfor, kullanım kolaylığı, uygun çekim gücü sağlar. Bir hastane göğüs pompası kadar güçlü olmasına rağmen aynı zamanda son derece sessiz ve kolaylıkla taşınabilir olup, gerektiğinde pille de çalışan bu pompada bulunan yumuşak konfor başlığı ürünü göğsünüzde neredeyse. Bebeğin emişi gibi nazik, doğal ve rahat hissettirir. Ayrıca ihtiyacınız olan sağma ritmi kontrolü 5 seçenek olarak parmak ucunuzdadır ve çekim gücünü değiştirmek için pompayı göğsünüzden hareket ettirmenize gerek yoktur. Mamajoo Çekim Ayarlı Elektrikli Göğüs Pompası başlangıçta silikon konfor başlığı ile göğüste 90 sn hafif bir masajla başlar, sonrasında süt sağma konumuna geçer ve 28 dakika çalıştıktan sonra da otomatik olarak kapanır. Süt sağımı sırasında kendinize uygun en rahat hız ve ritim için +/- düğmelerine basarak kolayca seçim yapabilirsiniz..”* şeklinde;

Adı geçen ürüne ait ambalaj üzerinde yapılan tanıtımlarda; *“Hızlı ve kolay sağım, 5 farklı çekim ayarı, son derece sessiz, LCD ekranda, biberon/saklama”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiş olup;

İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan “*Mamajoo Çekim Ayarlı Elektrikli Göğüs Pompası* ***hızlı ve zahmetsiz*** *süt sağımı için* ***maksimum konfor****,* ***kullanım kolaylığı****,* ***uygun çekim gücü*** *sağlar.* ***Bir hastane göğüs pompası kadar güçlü*** *olmasına rağmen aynı zamanda* ***son derece sessiz*** *ve kolaylıkla taşınabilir(…)”*şeklindeki ispata muhtaç iddiaların;

İntertek Test Hizmetleri A.Ş. tarafından hazırlanan 25.06.2015 tarihli test raporunda; *Mamajoo Çekim Ayarlı Elektrikli Göğüs Pompası”* adlı ürünün bir hastane pompası ve iki adet benzer nitelikteki özel markalı ürün ile kıyaslandığı; her bir göğüs pompası cihazının emiş kısmına dikey olarak yerleştirilen içi 100 ml süt ile doldurulmuş biberonun ne kadar sürede tamamen emildiğinin incelendiği verimlilik testlerinin; her bir göğüs pompasının nominal şartlarda akustik odada yaydığı gürültü miktarının incelendiği gürültü testinin, ağırlık testinin ve her bir göğüs pompasının Mpa cinsinden incelendiği emiş basıncı testinin uygulanarak ölçümlendiği;

Yapılan değerlendirmede “Mamajoo” markalı göğüs pompasının karşılaştırması yapılan diğer ürünlerle kıyaslandığında, ortalama değerlere göre başarılı olduğu; aynı zamanda, ürünün boyutları, LCD ekranı, tek tuş fonksiyonu ve kutusunun kullanıcıya bariz bir şekilde kullanım kolaylığı sağladığı sonucuna varılarak; anılan reklamlarda yer alan iddiaların ispatlandığı; dolayısıyla, inceleme konusu reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2014/1618**

**Şikayet Edilen: Uğur Soğutma Makinaları San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“60. Yıla Özel 60 Hediye”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak [www.uguronlinesatis.com](http://www.uguronlinesatis.com) ve [blog.ugur.com.tr](http://blog.ugur.com.tr) adresli internet siteleri ile muhtelif televizyon kanallarında ve gazetelerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2015, 17.06.2014 - 08.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon, gazete

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait ***“60. Yıla Özel 60 Hediye”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak muhtelif televizyon kanallarında ve gazetelerde yayınlanan reklamlarda yer alan altyazı ve dipnotların metin boyutunun, Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğ hükümleri ile 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümlerine uygun olmadığı; diğer taraftan söz konusu kampanyanın tanıtımına yönelik olarak [www.uguronlinesatis.com](http://www.uguronlinesatis.com) ve [blog.ugur.com.tr](http://blog.ugur.com.tr) adresli internet siteleri ile muhtelif televizyon kanallarında ve gazetelerde yayınlanan reklamlarda, Uğur Klima veya Uğur Derin Dondurucu satın alan tüketicilerin çekilişle 1 Adet 2014 model Mercedes Benz A180 Prime otomobil, 5 Adet 2014 model Mondial Bliss Elektrikli Motosiklet, 20 Adet Iphone 5S Telefon ve 34 Adet Uğur Mikrodalga Fırın kazanma şansı yakalayacağı ifade edilmesine karşın, kampanya kapsamında hediye edilecek ürünlerin piyasa değerine inceleme konusu reklamlarda yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait ***“60. Yıla Özel 60 Hediye”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak muhtelif televizyon kanallarında ve gazetelerde yayınlanan reklamlarda yer alan altyazı ve dipnotların metin boyutunun, Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğ hükümleri ile 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümlerine uygun olmadığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda altyazı ve dipnotlara okunabilirlikten uzak bir şekilde yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, söz konusu kampanyanın tanıtımına yönelik olarak [www.uguronlinesatis.com](http://www.uguronlinesatis.com) ve [blog.ugur.com.tr](http://blog.ugur.com.tr) adresli internet siteleri ile muhtelif televizyon kanallarında ve gazetelerde yayınlanan reklamlarda, Uğur Klima veya Uğur Derin Dondurucu satın alan tüketicilerin çekilişle 1 Adet 2014 model Mercedes Benz A180 Prime otomobil, 5 Adet 2014 model Mondial Bliss Elektrikli Motosiklet, 20 Adet Iphone 5S Telefon ve 34 Adet Uğur Mikrodalga Fırın kazanma şansı yakalayacağı ifade edilmesine karşın, kampanya kapsamında hediye edilecek ürünlerin piyasa değerine inceleme konusu reklamlarda yer verilmediği, dolayısıyla satışı özendirici reklamlarda bulunması gereken unsurlara anılan reklamlarda yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu durumun da mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin *“Satışı Özendirici Reklamlar”* başlıklı 8 inci maddesinde yer alan; ***“Mal veya hizmetlere yönelik pazarlama tekniklerini uygulamak veya yarışmalar düzenlemek suretiyle yapılan satışları özendirici reklamlarda: a) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması halinde müşteriye ayrıca hediye mal veya hizmetlerin veya ikramiyelerin de verileceği belirtiliyorsa, hediyeli veya ikramiyeli mal veya hizmetlerin piyasa değeri ve bunun uygulanma süresinin açıklanması, (…) gerekir”***hükmüne aykırı olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 8 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, 15, 18, 19 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TURİZM**

**90)**

**Dosya No: 2015/69**

**Şikayet Edilen: Tura Turizm ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gemiturlari.com.tr](http://www.gemiturlari.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Hayata Bir de Denizlerden Bak”***başlıklı fotoğraf yarışmasına ait tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tura Turizm ve Dış Ticaret Ltd. Şti.tarafından [www.gemiturlari.com.tr](http://www.gemiturlari.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Hayata Bir de Denizlerden Bak”* başlıklı fotoğraf yarışmasına ait tanıtımlarda, ***“(…) Yarışmaya katılmak için “Gemi Turları” Facebook Sayfasını Beğenmeniz Yeterlidir. (…) Yarışma değerlendirmesi için ‘en çok beğeniyi toplama’ yöntemi kullanılacaktır. “Hayata Bir de Denizlerden Bak” Fotoğraf Yarışması 20.08.2014 tarihinde 10:00’da başlayıp, 20.12.2014 tarihinde 23:59’da bitecektir****.* ***Yarışma sadece “Gemi Turları” Facebook sayfasında gerçekleşecek olup, bunun haricinde herhangi bir şekilde gönderilen fotoğraflar dikkate alınmayacaktır.(…) Yarışmaya katılım ücretsizdir. Katılımcıların fotoğrafları 01.09.2014 tarihi saat 10:00’da facebook oylamasına açılacaktır. En çok beğeniyi alan, yarışmanın kazananı olacaktır.(…) “Hayata Bir de Denizlerden Bak” Fotoğraf Yarışması ödül kazanma sistemi şöyledir:(…) Katılımcı,*** [***www.facebook.com/gemiturlari***](http://www.facebook.com/gemiturlari) ***web sayfasına girer. Kişisel Facebook hesabı üzerinden üye girişi yaparak, 20 Ağustos - 20 Aralık 2014 tarihleri arasında kendi çektiği bir tatil fotoğrafını Yarışma Albümünde paylaşır. İlgili fotoğrafa bir açıklama yazar. 01 Eylül 2014 tarihinde fotoğraflar halk oylamasına açılır. (…) Kazanan katılımcı ile*** [***www.gemiturlari.com.tr***](http://www.gemiturlari.com.tr) ***telefon üzerinden iletişime geçecektir. (…) Halk oylamasının ardından birinci gelen yarışmacıya, Nikon D3200 Fotoğraf Makinesi ödül olarak verilecektir. Ödül 25.12.2014 tarihinden önce kazanan yarışmacıya elden teslim edilecektir.”***ifadelerine yer verildiği, bununla birlikte tanıtımı yapılan yarışma sonucunda hediye edileceği belirtilen ürünün piyasa değerine söz konusu tanıtımlarda yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusufirma tarafından [www.gemiturlari.com.tr](http://www.gemiturlari.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan *“Hayata Bir de Denizlerden Bak”* başlıklı fotoğraf yarışmasına ait tanıtımlarda, ***“Yarışmaya katılmak için “Gemi Turları” Facebook Sayfasını Beğenmeniz Yeterlidir. (…) Yarışma değerlendirmesi için ‘en çok beğeniyi toplama’ yöntemi kullanılacaktır. (…)******Halk oylamasının ardından birinci gelen yarışmacıya, Nikon D3200 Fotoğraf Makinesi ödül olarak verilecektir.”***ifadelerine yer verilmesine karşın, tanıtımı yapılan yarışma sonucunda hediye edileceği belirtilen ürünün piyasa değerine yer verilmediği, dolayısıyla çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlarda bulunması gereken unsurlara inceleme konusu tanıtımlarda yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu durumun da Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin *“Çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlar”* başlıklı 15 inci maddesinde yer alan; ***“(1) Mal veya hizmetlere yönelik çekiliş, yarışma ve promosyon gibi pazarlama tekniklerini kullanmak suretiyle yapılan reklamlarda aşağıdaki hususlara uyulması zorunludur: a) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerle birlikte karşılıksız olarak verilen mal veya hizmetlerin ya da ikramiyelerin taahhüt edilenden farklı olmaması ve tüketicilerde oluşturulan makul beklenti düzeyini karşılaması gerekir. b) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması halinde, tüketiciye ayrıca promosyon olarak hediye mal veya hizmetlerin veya ikramiyelerin de verileceği belirtiliyorsa,******hediye veya ikramiye olarak verilecek mal veya hizmetlerin miktarı, gerçek piyasa değeri ile bunların verilmesine ilişkin geçerlilik süresi açıklanır.****”* hükmüne aykırı olduğu, dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete ’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/4, 15 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**91)**

**Dosya No: 2014/327**

**Şikayet Edilen: Fe-Tur Turizm Dış Tic. Org. Paz. ve İnş. Ltd. Şti. (İ.T.T. İmren Tours Seyahat Acentası)**

**Şikayet Edilen Reklam:** 2014 yılı Umre Tur Programının tanıtımına yönelik olarak [www.imren.com](http://www.imren.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait 2014 yılı Umre Tur Programının tanıtımına yönelik olarak [www.imren.com](http://www.imren.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***““Hizmette Kalite” parolasıyla A grubu belgesine seyahat acentası olarak yurtiçi ve yurtdışı alanlarında güvenilir, dürüst ve konforlu seyahat (…)” , “2014 Mart Umre Kampanya Kayıtlarımız Devam Ediyor.” , “2014 yılı ilk Umre grubumuz 25 Aralık’ta Kutsal Topraklarda Umre’de”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait seyahat acentası işletme belgesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2013 yılında iptal edilmiş olmasına karşın, anılan firma tarafından [www.imren.com](http://www.imren.com) adresli internet sitesinde ***““Hizmette Kalite” parolasıyla A grubu belgesine seyahat acentası olarak yurtiçi ve yurtdışı alanlarında güvenilir, dürüst ve konforlu seyahat (…)” , “2014 Mart Umre Kampanya Kayıtlarımız Devam Ediyor.” , “2014 yılı ilk Umre grubumuz 25 Aralık’ta Kutsal Topraklarda Umre’de”*** şeklinde ifadelere yer verilerek Umre Turu tanıtımları yapılmasının ve Umre seyahatine yönelik satış ve organizasyon düzenleme işlemlerine devam edilmesinin tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu’nun 4 üncü maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik’in 5/a, 5/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 **Fe-Tur Turizm Dış Tic. Org. Paz. ve İnş. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2014/1629**

**Şikayet Edilen: Gökhan Hacıhamzaoğlu (Taş Konak Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Taş Konak Otel”***isimli turizm işletmesine ilişkin olarak [www.taskonakbutikotel.com.tr](http://www.taskonakbutikotel.com.tr) ve [www.taskonakotel.com](http://www.taskonakotel.com) adresli internet sitelerinde, tesisin girişinde bulunan tentede, lobinin camlarında ve broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2014, 06.04.2015, 16.04.2015

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

**Tespitler:** Gökhan Hacıhamzaoğlu isimli şahsa ait *“Taş Konak Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca butik otel belgesi ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, [www.taskonakbutikotel.com.tr](http://www.taskonakbutikotel.com.tr) ve [www.taskonakotel.com](http://www.taskonakotel.com) adresli internet sitelerinde, tesisin girişinde bulunan tentede, lobinin camlarında ve tesise ait broşürlerde *“Butik Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu şahsa ait *“Taş Konak Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca butik otel belgesi ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, [www.taskonakbutikotel.com.tr](http://www.taskonakbutikotel.com.tr) ve [www.taskonakotel.com](http://www.taskonakotel.com) adresli internet sitelerinde, tesisin girişinde bulunan tentede, lobinin camlarında ve tesise ait broşürlerde *“Butik Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**93)**

**Dosya No: 2014/1717**

**Şikayet Edilen: Sinan Yalçın Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Turkuaz Beach Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Turkuaz Beach Otel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.turkuazbeachotel.com](http://www.turkuazbeachotel.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sinan Yalçın Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Turkuaz Beach Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “2 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.turkuazbeachotel.com](http://www.turkuazbeachotel.com) adresli internet sitelerinde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Turkuaz Beach Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “2 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.turkuazbeachotel.com](http://www.turkuazbeachotel.com) adresli internet sitelerinde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sinan Yalçın Tur. 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.

**94)**

**Dosya No: 2014/1761**

**Şikayet Edilen: Bayır Otl. Eml. Tur. İnş. Tic. İhr. ve İth. Ltd. Şti. (Atlas Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Atlas Otel”***isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bayır Otl. Eml. Tur. İnş. Tic. İhr. ve İth. Ltd. Şti.’ye ait *“Atlas Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusufirmaya ait *“Atlas Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet sitelerinde yayınlanan tanıtımlarda *“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,

- 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bayır Otl. Eml. Tur. İnş. Tic. İhr. ve İth. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2014/1719**

**Şikayet Edilen: Ulu İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Ulu Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Ulu Otel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.uluresorthotel.com](http://www.uluresorthotel.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2014, 24.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı materyal

**Tespitler:** Ulu İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Ulu Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” ile belgelendirilmiş olduğu tarihlerde, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinin resmi açıklama kısmında, ***“Akdenizin saklı koylarında 5\* standartlarında mükemmel bir tatil cenneti…”*** ifadelerine yer verildiği; ayrıca [www.uluresorthotel.com](http://www.uluresorthotel.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde yer alan logoda sekiz adet dairesel yıldız kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Ulu Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” ile belgelendirilmiş olduğu tarihlerde, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinin resmi açıklama kısmında, ***“Akdenizin saklı koylarında 5\* standartlarında mükemmel bir tatil cenneti…”*** ifadelerine yer verilmesinin; ayrıca [www.uluresorthotel.com](http://www.uluresorthotel.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde yer alan logoda sekiz adet dairesel yıldız kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ulu İnş. Tur. 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.

**96)**

**Dosya No: 2014/1812**

**Şikayet Edilen: Gülsüm YILMAZ - Yılmazlar Otelcilik Turizm İnş. Taah. (Amazon Aretias Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Amazon Aretias Hotel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak [www.amazonaretiashotels.com](http://www.amazonaretiashotels.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2014, 08.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Gülsüm YILMAZ - Yılmazlar Otelcilik Turizm İnş. Taah.’e ait *“Amazon Aretias Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.amazonaretiashotels.com](http://www.amazonaretiashotels.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“Misafirlerimize 4 yıldız kalitesini en üst seviyede yaşatmak için…”*** şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu **ş**ahsa ait *“Amazon Aretias Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.amazonaretiashotels.com](http://www.amazonaretiashotels.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“Misafirlerimize 4 yıldız kalitesini en üst seviyede yaşatmak için…”*** şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

- 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gülsüm YILMAZ - Yılmazlar Otelcilik Turizm İnş. Taah.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**97)**

**Dosya No: 2015/607**

**Şikayet Edilen: Günmar Otl. Tur. İnş. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti. (Cle Resort Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Cle Resort Hotel”*** isimli turizm işletmesine ait basılı materyallerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Basılı materyal

**Tespitler:** Günmar Otl. Tur. İnş. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti.’ ye ait **“**Cle Resort Hotel” isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletme Belgesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca iptal edilerek, 12.02.2015 tarihinde firmaya söz konusu iptale ilişkin tebligatın yapılmasına karşın, anılan tesisin 23.02.2015 tarihli basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Günmar Otl. Tur. İnş. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti.’ye ait *“Cle Resort Hotel”* isimli tesisin, “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesinin” Kültür ve Turizm Bakanlığınca iptal edilerek 12.02.2015 tarihinde firmaya söz konusu iptale ilişkin tebligatın yapılmasına karşın anılan tesisin 23.02.2015 tarihli basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Günmar Otl. Tur. İnş. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti**. hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**98)**

**Dosya No: 2015/609**

**Şikayet Edilen: Doğanyapı İnş. Sıhhi Tesisat Malz. Taah. Tic. ve Tur. San. Ltd. Şti. ( Mutado Pansiyon)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Mutado Pansiyon”*** isimli tesise ilişkin olarak [www.mutado.com.tr](http://www.mutado.com.tr) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.04.2015

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

**Tespitler:** *“Mutado Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak Kültür ve Turizm Bakanlığından “Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi” talebinde bulunulmasına ve ilgili belediye tarafından düzenlenen İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatında faaliyet konusunun “Pansiyon İşletmeciliği” şeklinde belirtilmesine karşın, [www.mutado.com.tr](http://www.mutado.com.tr) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan tanıtımlarda “Mutado Otel” olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Mutado Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak Kültür ve Turizm Bakanlığından “Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi” talebinde bulunulmasına ve ilgili belediye tarafından düzenlenen İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatında faaliyet konusunun “Pansiyon İşletmeciliği” şeklinde belirtilmesine karşın, [www.mutado.com.tr](http://www.mutado.com.tr) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan tanıtımlarda *“Mutado 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;

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğanyapı İnş. Sıhhi Tesisat Malz. Taah. Tic. ve Tur. San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**99)**

**Dosya No: 2015/709**

**Şikayet Edilen: Sera Teks. ve Tur. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Sera Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sera Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak [www.seraotel.com](http://www.seraotel.com) ve seraotel.reserve-online.net adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela ve broşürlerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2015

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

**Tespitler:** *“Sera Otel”*  isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.seraotel.com](http://www.seraotel.com) ve [seraotel.reserve-online.net](http://www.seraotel.reserve-online.net) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela ve broşürlerde “*3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sera Teks. ve Tur. Paz. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Sera Otel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.seraotel.com](http://www.seraotel.com) ve [seraotel.reserve-online.net](http://www.seraotel.reserve-online.net) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela ve broşürlerde “*3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi;

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

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sera Teks. ve Tur. Paz. 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.

**100)**

**Dosya No: 2015/351**

**Şikayet Edilen: Kelebek Tur. İnş. Malz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Millenium)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Millenium”*** isimli tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Kelebek Tur. İnş. Malz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. **“**Millenium” isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Müstakil Eğlence Yeri Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait tabelada, türünün dışında bar tanıtımı yapılarak “Millenium Keops Bar” isminin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kelebek Tur. İnş. Malz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Millenium”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Müstakil Eğlence Yeri Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait tabelada, türünün dışında bar tanıtımı yapılarak “Millenium Keops Bar” isminin kullanılmasının 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;

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kelebek Tur. İnş. Malz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**101)**

**Dosya No: 2015/705**

**Şikayet Edilen: Mehmet Selçuk APAYDIN (Araucaria Pansiyon)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Araucaria Pansiyon”***isimli tesise ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Mehmet Selçuk APAYDIN isimli şahsa ait *“Araucaria Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak Kültür ve Turizm Bakanlığından “Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi” talebinde bulunulmasına ve Kepez Belediyesi tarafından düzenlenen İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı’nda faaliyet konusunun “Pansiyon İşletmeciliği” şeklinde belirtilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada *“Araucaria Hotel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mehmet Selçuk APAYDIN isimli şahsa ait *“Araucaria Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak Kültür ve Turizm Bakanlığından “Pansiyon Turizm İşletmesi Belgesi” talebinde bulunulmasına ve ilgili belediye tarafından düzenlenen İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı’ nda faaliyet konusunun “Pansiyon İşletmeciliği” şeklinde belirtilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada *“Araucaria 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;

- 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 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**102)**

**Dosya No: 2014/982**

**Şikayet Edilen: Galeri Kristal Turizm Pazarlama ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Cyristal Nirvana Lagoon Villas Suites&Spa”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak [www.cyristalhotels.com.tr](http://www.cyristalhotels.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2014, 02.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** ***“Cyristal Nirvana Lagoon Villas Suites&Spa”*** isimli turizmişletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Tatil Köyü Turizm İşletmesi” olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.cyristalhotels.com.tr](http://www.cyristalhotels.com.tr) adresli internet sitesinin 28.05.2014 ve 02.06.2015 tarihli görünümünde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Cyristal Nirvana Lagoon Villas Suites&Spa”*** isimli turizmişletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Tatil Köyü Turizm İşletmesi” olarak belgelendirilmiş olmasına rağmen, [www.cyristalhotels.com.tr](http://www.cyristalhotels.com.tr) adresli internet sitesinin 28.05.2014 ve 02.06.2015 tarihli görünümünde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketicileri yanıltıcı olduğu; dolayısıyla anılan tanıtımların;

**-** 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/e; 7/a, 7/c, 7/g; 13 ve 21 inci maddeleri,

- 10.01.2015 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 ve 7/5 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Galeri Kristal Turizm Pazarlama ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2014/1441**

**Şikâyet Edilen: TT Hotels Turkey Ot. Hiz. Tur. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“TT Hotels Hydros”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak <http://tthotels.com.tr> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından işletilen ***“*TT Hotels Hydros (TT Hotels Hydros Club)*”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak firmaya ait [http://tthotels.com.tr](http://TTHOTELS.COM.TR) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; **oda sayısı (342 oda), yatak sayısı (739 yatak) ve restoranlar** gibi bilgilere **tesisin yan tarafında bulunan ve turizm belgesi tahsis iptalli olan tatil köyünü de kapsayacak biçimde birlikte yer verildiği** tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından işletilen ***“*TT Hotels Hydros (TT Hotels Hydros Club)*”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak firmaya ait [http://tthotels.com.tr](http://TTHOTELS.COM.TR) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; **oda sayısı (342 oda), yatak sayısı (739 yatak) ve restoranlar** gibi bilgilere **tesisin yan tarafında bulunan ve turizm belgesi tahsis iptalli olan tatil köyünü de kapsayacak biçimde birlikte yer verildiği**, dolayısıyla turizm işletme belgeli tesis ile turizm belgesi tahsis iptalli tatil köyünün, restoranları, oda ve yatak sayıları birbirine ilave edilmek suretiyle birlikte tanıtıldığı, böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **TT Hotels Turkey Ot. Hiz. Tur. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TÜTÜN/ALKOL**

**104)**

**Dosya No: 2015/468**

**Şikayet Edilen:** **Ahmet Bilal ERBEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://elektroniksigaraevi.com> adresli internet sitesinde elektronik sigara satışına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Ahmet Bilal ERBEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2015/461**

**Şikayet Edilen:** **Ahmet Bilal ERBEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://elektroniksigara.ru> adresli internet sitesinde elektronik sigara satışına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Ahmet Bilal ERBEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2015/469**

**Şikayet Edilen:** **Ahmet Bilal ERBEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.ruyanelektroniksigara.com> adresli internet sitesinde elektronik sigara satışına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Ahmet Bilal ERBEK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2015/470**

**Şikayet Edilen:** **Burak KONAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.elektroniksigaraonline.net> adresli internet sitesinde elektronik sigara satışına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**108)**

**Dosya No: 2015/471**

**Şikayet Edilen:** **Burak KONAK**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.minimal.yetkilisitesi.com> adresli internet sitesinde elektronik sigara satışına yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde elektronik sigara tanıtımı ve satışı yapıldığı değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**EĞİTİM**

**109)**

**Dosya No: 2015/651**

**Şikayet Edilen: Özdeşim Öz. Eğ. Dan. Hiz. Yay. Matb. ve Tic. Ltd. Şti. (Erdoğdu Etüt Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Ödüllü deneme sınavı"*** kampanyasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21-22.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık hava

**Tespitler:** Anılan mecrada, öğrencilere yönelik ödüllü deneme sınavı yapılacağı tespit edilmiş ve verilecek ürün görsellerine yer verildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından billboardlarda, broşürlerde ve sosyal medya mecrasında yapılan tanıtımlarda; öğrencilere ödül olarak tablet, cep telefonu, bisiklet gibi hediyelerin verileceği hususlarının görselleriyle beraber ilan edildiği, ve fakat Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin **“Çekiliş, yarışma ve promosyon içerikli reklamlar”** başlıklı 15 inci maddesinde yer alan “… *b) Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması halinde, tüketiciye ayrıca promosyon olarak hediye mal veya hizmetlerin veya ikramiyelerin de verileceği belirtiliyorsa, hediye veya ikramiye olarak verilecek mal veya hizmetlerin miktarı,* ***gerçek piyasa değeri*** *ile bunların verilmesine ilişkin geçerlilik süresi açıklanır…”* hükmü gereği söz konusu verileceği ilan edilen hediyelerin gerçek piyasa değerlerinin reklam ve tanıtımlarda yer almadığı,

Diğer yandan söz konusu reklamların başlığının “Ödüllü deneme sınavı” olmasına ve tüm öğrencilerden 5 TL ücret tahsil edilmesine rağmen, ana vaadin esaslı unsuru niteliğindeki *“sınavda derece yapıp kayıt olan öğrencilerimiz için geçerlidir”* bilgisinin çok küçük puntolarla ve tüketicilerin fark edemeyeceği şekilde yazıldığı değerlendirilmiş olup; söz konusu durumların;

* 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 15, 18, 19 ve 32 nci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Özdeşim Öz. Eğ. Dan. Hiz. Yay. Matb. ve Tic. Ltd. Şti. (Erdoğdu Etüt Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**DİĞER**

**110)**

**Dosya No: 2015/797**

**Şikayet Edilen: Telpa Telekomünikasyon Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.telpa.com](http://www.telpa.com) adresli internet sitesinde yer alan ve ***"aynı gün onarım ve kargo"*** ifadelerini içeren tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.telpa.com adresli internet sitesinde; "aynı gün onarım ve kargo" ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu olayın bireysel bir mağduriyet niteliğinde olduğu ve Reklam Mevzuatı bakımından herhangi bir aykırılık teşkil etmediğine dolayısıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**111)**

**Dosya No: 2015/801**

**Şikayet Edilen: Moda Maison**

**Şikayet Edilen Reklam:** Mağaza vitrininde yer alan ve ***"2014 yılının 11. ayında kapatıyoruz"*** ibaresini içeren tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava

**Tespitler**: İlgili ilanın yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu olayın Reklam Mevzuatı bakımından herhangi bir aykırılık teşkil etmediğine dolayısıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**112)**

**Dosya No: 2015/650**

**Şikayet Edilen: Naksan Holding A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Pierre Cardin"*** markalı halılara ilişkin bilgilendirme kağıdında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürünün kendisi

**Tespitler**: Ürünün kendisinde anılan bilgilerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu olayın Reklam Mevzuatı bakımından herhangi bir aykırılık teşkil etmediğine dolayısıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**113)**

**Dosya No: 2015/652**

**Şikayet Edilen: Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Temiz ilanlar-Türkiye'nin en büyük emlak sitesi"*** ifadelerini içeren tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi, gazete basımı ve muhtelif televizyon kanalları

**Tespitler**: Söz konusu mecralarda anılan ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu olayın anılan firma tarafından hukuken kabul edilebilir delillerle kanıtlandığı ve Reklam Mevzuatı bakımından herhangi bir aykırılık teşkil etmediğine dolayısıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**114)**

**Dosya No: 2015/800**

**Şikayet Edilen: FSM Kuyumculuk Eml. İnş. Akary. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait inşaat projesine ilişkin muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.05.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi ve açık hava

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde fiyat bilgisine yer verildiği, fakat evlerin gerçek brüt ve net alanlarından farklı alan bilgisi verildiği anlaşılmıştır.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firmanın hem yazıhanesindeki maket üzerinde hem de [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinin 16.05.2015 tarihli görünümünde 193835394 ilan numarası ile satışa sunduğu **“Nilüfer Altınşehir Luxury Batışehir 3+1 Projemiz”** başlıklı reklamlarında belirtilen 150 metrekare brüt alan ile 125 metrekare net alanın tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, çünkü bu evlerin resmi projesinde brüt alanın 120, net alanının da 102,46 metrekare olduğu; diğer yandan anılan internet sitesinde söz konusu daireye ilişkin olarak **“265.000 TL”** fiyat bilgisinin yer aldığı; ve fakat Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Diğer hususlar” başlıklı 27 nci maddesindeki *“…(5) Konut veya tatil amaçlı taşınmaza ilişkin reklamlarda fiyata yer verilmesi halinde ilgili bağımsız bölümün brüt ve net alanlarının da gösterilmesi zorunludur…”* hükme rağmen anılan bilgilere yer verilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup; söz konusu durumların;

* 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 27 ve 32 nci maddeleri,
* 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **FSM Kuyumculuk Eml. İnş. Akary. San. Tic. Ltd. Şti.** isimli firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**115)**

**Dosya No: 2015/422**

**Şikayet Edilen: Pusula Yayıncılık Prod. Paz. Koz. Ban. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Doğa Home Çarşafları"*** isimli tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.02-07.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Anılan tarihlerde söz konusu televizyon kanalında şikayet edilen reklamın yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu olayın bireysel beğeni niteliğinde olduğu ve Reklam Mevzuatı bakımından herhangi bir aykırılık teşkil etmediğine dolayısıyla 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**116)**

**Dosya No: 2014/1684**

**Şikayet Edilen: Çetin Family Tekstil Gıda Paz. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Levis-Dockers Mağazalarımızda 15-16-17 Ağustos tarihlerinde 1 ürün alana 1 ürün bedava. Korupark AVM Levis-Dockers”*** ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Çetin Family Tekstil Gıda Paz. San. Ve Tic. Ltd. Şti. tarafından düzenlenen kampanyaya ilişkin, 14.08.2014 tarihinde çeşitli cep telefonu kullanıcılarına gönderilen kısa mesajlarda yapılan tanıtımlarda, ***“Levis-Dockers Mağazalarımızda 15-16-17 Ağustos tarihlerinde 1 ürün alana 1 ürün bedava. Korupark AVM Levis-Dockers”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Çetin Family Tekstil Gıda Paz. San. Ve Tic. Ltd. Şti. tarafından,14.08.2014 tarihinde çeşitli cep telefonu kullanıcılarına gönderilen kısa mesajlarda; ***“Levis-Dockers Mağazalarımızda 15-16-17 Ağustos tarihlerinde 1 ürün alana 1 ürün bedava. Korupark AVM Levis-Dockers”*** şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre, inceleme konusu reklamlarda yer alan *“1 ürün alana 1 ürün bedava”* şeklindeki ifade ile kampanyanın, adı geçen firmaya ait Levis-Dockers mağazasında satışı gerçekleştirilen tüm ürünler için geçerli olduğu algısının uyandırılmasına rağmen; yalnızca yazlık ürünlerin kampanyaya dahil edilerek yeni sezon ürünlerinde ise söz konusu indirimden faydalanılamadığı; bu nedenle, söz konusu reklamlarda tüketicilerin eksik bilgilendirilerek yanıltıldığı; dolayısıyla;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çetin Family Tekstil Gıda Paz. 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.

**117)**

**Dosya No: 2015**/**88**

**Şikayet Edilen:** Selim SANDER

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.tuketicimasraflari.com](http://www.tuketicimasraflari.com) ve [www.tuketicimasasi.com](http://www.tuketicimasasi.com) adresli internet sitelerinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.tuketicimasraflari.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; *“****Bireysel başvurduğunuz tüm krediler ve elektrik kayıp, kaçak bedelleri için… Artık tüm masraflarınızı, haklarınızı kullanarak ücretsiz geri alabilirsiniz.*** *Masraf iadesini alan tüketici sayımız: 492 toplam dağıtılan masraf tutarımız:709.610,15 TL”; “Tüketiciler 3300 TL altındaki kesintiler için iade taleplerini ilçe hakem heyetlerine, 3300 TL'nin üstündeki kesintiler için ise tüketici mahkemelerine başvurmaları gerekmektedir. Ancak sadece mahkemeye veya hakem heyetine başvuru yapmak yetmemektedir. Tüketici lehine verilen, tüketici kanunu md. 5'e göre bedel iadesi kararları icraya konarak kurumlardan tahsil etmek gerekmektedir.* ***Bu prosedürler genellikle birçok tüketici için uğraşmak istemedikleri bir süreç ve zaman kaybıdır. Bir başka çözüm ise doğrudan avukatlar aracılığı ile süreç takibidir fakat bu yöntem ile meydana gelecek avukatlık masrafları ve yargılama giderleri tüketicinin alacağı iade bedelini anlamsız kılmaktadır. Bizlerin size sunduğu çözüm ise sadece tüketicilerin masraf iadeleri ile ilgilenen anlaşmalı avukatlarımız danışmanlık hizmeti ve icra masrafları dahil olmak üzere hiç bir ücret talep etmeden sizin için masraf iadelerinizi gerçekleştirmek.- Peki bizler neden ücret talep etmiyoruz? Bizlerin anlaşmalı olduğu avukatlar sadece bu tür tüketici kesintileri ile ilgilenmektedirler ve bu sürecin takibinde doğacak masrafların tümü aslında kredi sağlayan kurumlar tarafından iade sürecinde ya da icra sonrasında karşılanmaktadır.”*** *; “Masraf iadelerinin otomatik olarak hesaplanabilmesi mümkün değildir. İade tutarınız dekontlarınızın incelenmesi ile belirlenir ve kuruşu kuruşuna geri alınabilir.”; “Unutmayınız ki bireysel kredi masraflarınızın iadesi yasal hakkınızdır. Bu hakkınızı kullanmanızda size yardımcı olacak tüm özel kuruluşları detaylı inceleyiniz ve avukatlarımızdan ayrıntılı bilgi edininiz.”* şeklinde;

[www.tuketicimasasi.com](http://www.tuketicimasasi.com) adresli internet sitesinde “Tüketici masası” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“****Dosya masrafı iadeleri ücretsizdir. Bizlerin anlaşmalı olduğu tüketici hakları konusunda uzman avukatlar, sadece dosya masrafları ile ilgilenmektedirler. Birçok dosya takip eden avukatlarımız sürecin sonunda kredi kurumlarından vekalet ücreti kazanmaktadırlar bu nedenle zaten mağdur olan tüketicilerden ekstra bir tutar istememektedirler.*** *Tüketici Masrafları olarak kurmuş olduğumuz bu sistem sayesinde* ***bugüne kadar birçok dosya masrafını tahsil etmiş*** *ve 2. sitemiz olan Tüketici Masasını yayına almış bulunmaktayız. Dosya masrafları iadesine güvenli başvuru. Sizlere kısa mesaj veya telefonla ulaşarak masraf iadesi işlemleri için kredi kartı numaranızı talep eden kişi veya kurumlara itibar etmeyiniz. Dosya Masrafları her bankaya ve kredinin türüne göre değişkenlik gösterir otomatik olarak hesaplama yapabilmek mümkün değildir. Masraf iadeniz için başvuru belgesi veya dilekçe satan, kapıda ödeme isteyen kişi ve şahısların güvenilirliğini sorgulayarak muhatap olduğunuz kişilerin avukat olduğundan emin olmalısınız. Dosya masrafı iadesi ücret gerektirmeyen tüm tüketicilerin hakkı olan işlemlerdir. Bu işlemler için form, dilekçe veya danışmanlık adları altında sizlerden ücret isteyen kişi veya kurumlarla şahsi bilgilerinizi paylaşmamalısınız.”*; şeklinde;

“Dosya Masrafları nelerdir?” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“ Konut Kredisi - Dosya Masrafı Doğrudan şahıs üzerine; bankalar, vdf, koç finans vb. kredi kurumlardan alınan ticari olmayan kredilerdir. Bu tür kredileri konut kredileri ve mortgage kredileri gibi örneklendirebiliriz. Bahsi geçen tüm konut veya mortgage kredilerden son 10 yıl içinde kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. Taşıt Kredisi, Araba Kredisi, Dosya Masrafı, Dosya Masrafları, Finansbank, Halkbank, HSBC Taşıt Kredisi - Dosya Masrafı Doğrudan şahıs üzerine; bankalar, vdf, koç finans vb. kredi kurumlardan alınan ticari olmayan kredilerdir. Bu tür taşıt kredilerden son 10 yıl içinde kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. Finansank, Halkbank, HSBC, Yapılandırma Ücreti, Dosya Masrafı, Dosya Masrafları Kredi Yapılandırma Ücretleri Yapılandırma ücretleri, tüketicilerin çekmiş oldukları kredileri aynı bankadan güncel faiz oranının düşmesi veya benzeri gibi sebeplerle, ödeme planlarını yapılandırmalarından ötürü kesilen ücretlerdir. Bu tür yapılandırmalar da kurumların son 10 yıl içinde kesmiş oldukları tüm masraflar tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. İhtiyaç Kredileri - Dosya Masrafları Doğrudan şahıs üzerine; bankalar, vdf, koç finans vb. kredi kurumlardan alınan ticari olmayan kredilerdir. Bu tür kredileri; memurlara özel krediler, bayram kredileri, tatil kredileri gibi alternatif isimlerle adlandırılabilirler. Tüm ihtiyaç krediler için de son 10 yılda kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. Dosya Masrafı, Dosya Masrafları, İhtiyaç Kredisi, Finansbank, Halkbank, HSBC. Elektrik Kayıp ve Kaçak Bedelleri - Tüketici Masrafları. Elektrik dağıtım şirketlerinin tüketicilerden kestikleri bedellerdir. Bu tür kayıp, kaçak ve dağıtım bedelleri 17 Aralık 2014 tarihi ile artık kesilmemektedir fakat tüketiciler geriye dönük 10 yıl için bu bedelleri iade alabilme hakkına sahiptir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.tuketicimasraflari.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda; *“****Bireysel başvurduğunuz tüm krediler ve elektrik kayıp, kaçak bedelleri için… Artık tüm masraflarınızı, haklarınızı kullanarak ücretsiz geri alabilirsiniz.*** *Masraf iadesini alan tüketici sayımız: 492 toplam dağıtılan masraf tutarımız:709.610,15 TL”; “Tüketiciler 3300 TL altındaki kesintiler için iade taleplerini ilçe hakem heyetlerine, 3300 TL'nin üstündeki kesintiler için ise tüketici mahkemelerine başvurmaları gerekmektedir. Ancak sadece mahkemeye veya hakem heyetine başvuru yapmak yetmemektedir. Tüketici lehine verilen, tüketici kanunu md. 5'e göre bedel iadesi kararları icraya konarak kurumlardan tahsil etmek gerekmektedir.* ***Bu prosedürler genellikle birçok tüketici için uğraşmak istemedikleri bir süreç ve zaman kaybıdır. Bir başka çözüm ise doğrudan avukatlar aracılığı ile süreç takibidir fakat bu yöntem ile meydana gelecek avukatlık masrafları ve yargılama giderleri tüketicinin alacağı iade bedelini anlamsız kılmaktadır. Bizlerin size sunduğu çözüm ise sadece tüketicilerin masraf iadeleri ile ilgilenen anlaşmalı avukatlarımız danışmanlık hizmeti ve icra masrafları dahil olmak üzere hiç bir ücret talep etmeden sizin için masraf iadelerinizi gerçekleştirmek.- Peki bizler neden ücret talep etmiyoruz? Bizlerin anlaşmalı olduğu avukatlar sadece bu tür tüketici kesintileri ile ilgilenmektedirler ve bu sürecin takibinde doğacak masrafların tümü aslında kredi sağlayan kurumlar tarafından iade sürecinde ya da icra sonrasında karşılanmaktadır.”*** *; “Masraf iadelerinin otomatik olarak hesaplanabilmesi mümkün değildir. İade tutarınız dekontlarınızın incelenmesi ile belirlenir ve kuruşu kuruşuna geri alınabilir.”; “Unutmayınız ki bireysel kredi masraflarınızın iadesi yasal hakkınızdır. Bu hakkınızı kullanmanızda size yardımcı olacak tüm özel kuruluşları detaylı inceleyiniz ve avukatlarımızdan ayrıntılı bilgi edininiz.”* şeklinde;

[www.tuketicimasasi.com](http://www.tuketicimasasi.com) adresli internet sitesinde “Tüketici masası” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“****Dosya masrafı iadeleri ücretsizdir. Bizlerin anlaşmalı olduğu tüketici hakları konusunda uzman avukatlar, sadece dosya masrafları ile ilgilenmektedirler. Birçok dosya takip eden avukatlarımız sürecin sonunda kredi kurumlarından vekalet ücreti kazanmaktadırlar bu nedenle zaten mağdur olan tüketicilerden ekstra bir tutar istememektedirler.*** *Tüketici Masrafları olarak kurmuş olduğumuz bu sistem sayesinde* ***bugüne kadar birçok dosya masrafını tahsil etmiş*** *ve 2. sitemiz olan Tüketici Masasını yayına almış bulunmaktayız. Dosya masrafları iadesine güvenli başvuru. Sizlere kısa mesaj veya telefonla ulaşarak masraf iadesi işlemleri için kredi kartı numaranızı talep eden kişi veya kurumlara itibar etmeyiniz. Dosya Masrafları her bankaya ve kredinin türüne göre değişkenlik gösterir otomatik olarak hesaplama yapabilmek mümkün değildir. Masraf iadeniz için başvuru belgesi veya dilekçe satan, kapıda ödeme isteyen kişi ve şahısların güvenilirliğini sorgulayarak muhatap olduğunuz kişilerin avukat olduğundan emin olmalısınız. Dosya masrafı iadesi ücret gerektirmeyen tüm tüketicilerin hakkı olan işlemlerdir. Bu işlemler için form, dilekçe veya danışmanlık adları altında sizlerden ücret isteyen kişi veya kurumlarla şahsi bilgilerinizi paylaşmamalısınız.”*; şeklinde;

“Dosya Masrafları nelerdir?” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“ Konut Kredisi - Dosya Masrafı Doğrudan şahıs üzerine; bankalar, vdf, koç finans vb. kredi kurumlardan alınan ticari olmayan kredilerdir. Bu tür kredileri konut kredileri ve mortgage kredileri gibi örneklendirebiliriz. Bahsi geçen tüm konut veya mortgage kredilerden son 10 yıl içinde kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. Taşıt Kredisi, Araba Kredisi, Dosya Masrafı, Dosya Masrafları, Finansbank, Halkbank, HSBC Taşıt Kredisi - Dosya Masrafı Doğrudan şahıs üzerine; bankalar, vdf, koç finans vb. kredi kurumlardan alınan ticari olmayan kredilerdir. Bu tür taşıt kredilerden son 10 yıl içinde kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. Finansank, Halkbank, HSBC, Yapılandırma Ücreti, Dosya Masrafı, Dosya Masrafları Kredi Yapılandırma Ücretleri Yapılandırma ücretleri, tüketicilerin çekmiş oldukları kredileri aynı bankadan güncel faiz oranının düşmesi veya benzeri gibi sebeplerle, ödeme planlarını yapılandırmalarından ötürü kesilen ücretlerdir. Bu tür yapılandırmalar da kurumların son 10 yıl içinde kesmiş oldukları tüm masraflar tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. İhtiyaç Kredileri - Dosya Masrafları Doğrudan şahıs üzerine; bankalar, vdf, koç finans vb. kredi kurumlardan alınan ticari olmayan kredilerdir. Bu tür kredileri; memurlara özel krediler, bayram kredileri, tatil kredileri gibi alternatif isimlerle adlandırılabilirler. Tüm ihtiyaç krediler için de son 10 yılda kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. Dosya Masrafı, Dosya Masrafları, İhtiyaç Kredisi, Finansbank, Halkbank, HSBC. Elektrik Kayıp ve Kaçak Bedelleri - Tüketici Masrafları. Elektrik dağıtım şirketlerinin tüketicilerden kestikleri bedellerdir. Bu tür kayıp, kaçak ve dağıtım bedelleri 17 Aralık 2014 tarihi ile artık kesilmemektedir fakat tüketiciler geriye dönük 10 yıl için bu bedelleri iade alabilme hakkına sahiptir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, hukuki meselelerde mütalaa verme, mahkeme, hakem veya yargı yetkisini haiz bulunan diğer organlar huzurunda gerçek ve tüzel kişilere ait hakları dava etme ve savunma, adli işlemleri takip etme, bu işlere ait bütün evrakı düzenleme yetkisinin yasal olarak yalnızca avukatlara ait olduğu ancak; inceleme konusu tanıtımlarda yer verilen ifadeler ile adı geçen firma tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi kartı aidatı, tüketici kredilerinden alınan dosya masrafları ve diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğunun iddia edildiği; şayet iddia edildiği gibi söz konusu yasal süreçlerin avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının yasak olması nedeniyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği;

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

Bu nedenle, www.tuketicimasraflari.com ve www.tuketicimasasi.com adresli internet sitelerinde, bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı, dosya masrafı ve benzeri isimler altında alınan diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmeti sunulduğu yönünde izlenim uyandırarak yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 10.01.2015 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; 26; 28/1, 28/2, 28,3, 28/4 ve haksız ticari uygulama olarak kabul edilen örnek uygulamaların düzenlendiği ekte yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlıklı maddesinin 1 inci ve 8 inci maddeleri,

- 1136 Sayılı Avukatlık Kanununun 55 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**118)**

**Dosya No: 2014**/**1671**

**Şikayet Edilen: Beldek Otomotiv İş Makinaları Yedek Parça Elekt. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.tuketici-haklari.org](http://www.tuketici-haklari.org) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.tuketici-haklari.org](http://www.tuketici-haklari.org) adresli internet sitesinde ana sayfa içerisinde yapılan tanıtımlarda; *“Tüketici Haklarında Profesyonel Çözümler”; Konusunda profesyonel Avukat ve Danışmanlarımızla hakem heyetlerine yapılacak başvuralar dahil tüm işlemlerinizi biz yapıyor ve bankalardan çektiğiniz kredilerin dosya masraflarını %100 geri alacağımızı taahhüt ediyoruz.”; “Avukatlık Hizmeti! Tüketiciler kendi elde ettikleri başvuru dilekçeleriyle hakem heyetlerine bireysel başvuru yapmaktadır. Eksik ve Yanlış bilgi aktarılması neticesinde yapılan başvurularda, vatandaşlarımız netice alamayıp; bazı durumlarda bankalara ceza ödemek durumunda kalabilmektedir. Bu konuda Avukatlarımızla en doğru desteği sağlayarak olası karşılaşılabilecek tüm mağduriyeti gidermekteyiz.”; “% 100 Taahhüt! Sizin adınıza özel dosyalarınızı hazırlıyor, Hakem heyetlerine yapılacak olan başvurularda dahil tüm başvuruları biz yapıyoruz. işlemlerinizin tamamını sonuçlandırıyor ve masraflarınızı geriye alma garantisi veriyoruz.”;* şeklinde;

“Sıkça Sorulan Sorular” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Kredi dosya masrafları gerçekten geri alınabilir mi? Evet. Kesinlikle alabiliyoruz. Kredi dosya masrafının geri alınması için oluşturduğumuz dosyalar ile doğru makamlara yapacağımız başvurular neticesinde paranızı %100 geri alabiliyoruz.”; “Masrafları geri almak için işlemleri ben mi yapıyorum? hayır. Sizden Sadece Banka dekontlarınızı veya hareket dökümlerini talep ediyoruz. Bundan sonra hakem heyetlerine ve tüketici mahkemelerine yapılacak bütün işlem ve başvuruları avukatlarımız aracılığıyla sizin adınıza biz yapıyoruz.”; “Bu masrafları kendim başvuru yaparak alabilir miyim? Evet. Kendiniz başvuru yaparak alabilirsiniz. Hatta ilgili başvuru formlarını tuketici-haklari.org/evraklar linkinden indirebilirsiniz. Ancak unutmayın ki, tüketiciler yanlış yapacağı başvurular neticesinde bankalar karşı dava açmakta sonucunda da tüketiciler bankalara ceza ödemek zorunda kalabilmektedir. Örnek bilgi için lütfen "Başarılarımız" sayfasını ziyaret ediniz.”* şeklinde;

“Biz Kimiz” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Tüketici-Haklari.Org profesyonel danışmanlar ve Avukatları ile danışmanlık hizmeti sağlamaktadır. Sizin adınıza Hakem heyetleri de dahil olmak üzere ilgili mercilere tüm başvurularınızı yapar ve işlemlerinizi sonlandırır. Amacımız; Aldığınız/kullandığınız kredi dosya masraflarınız ve benzer tüm masraflarınızın geri iadesini alabilmeniz için sizlere yardımcı olabilmek. tüketici-hakları.org ne yapar? tüketici-hakları.org tüketiciyi doğru bilgilendirir. 1- Kullanmış olduğunuz kredilerde bankaların sizden almış olduğu tüm masrafların iadesini talep edemezsiniz. Geriye iadesini talep edeceğiniz ücretler farklılık göstermektedir. Bir örnek vermek gerekirse; kredi kullandırılırken sizden alınan istihbarat ücretini talep edebilirken, hayat sigortası ücretini talep edemezsiniz. Talep edilmemesi gereken bir ücreti talep ederseniz eğer, yaptığınız başvuru sonuçsuz kalacaktır. 2- 3000 türk lirasına kadar talep edeceğiniz masraflarda, il ve ilçe hakem heyetlerine başvurmanız gerekmektedir. 3000 türk lirası üzerinde ki alacaklarınız için hakem heyetlerine BAŞVURAMAZ VE SONUÇ ALAMAZSINIZ, tek başvurabileceğiniz merci TÜKETİCİ MAHKEMELERİDİR. Karşınızda bir banka olduğunu düşünürsek, bu durumda bir avukat tutmanız en doğru yol olacaktır. 3- Bankalar bu paraları tüketiciye ödememek için çeşitli zorluklar çıkarmaktadır. Hatta ve hatta Hakem heyetlerinden yapmış almış oldukları başvuruları sonuçlanan vatandaşlarımız, ellerinde ki ödeme kararına rağmen, bankaya gitmekte ve bankalar bu kararlara rağmen tüketiciye ödeme yapmamaktadır. Bu durumda da avukat tutarak icra yoluyla ödemelerinizi almanız izlemeniz gereken en doğru yoldur. tüketici-hakları.org ne fayda sağlar? 1- Uzman danışman ve avukatlarımızla tüketicilerin adına özel dosyalarını hazırlıyor, tüm mercilere başvuruları biz yapıyoruz. Başvuru sonuçlanıncaya kadar olan tüm süreçte, tüketicinin yanında oluyor, tüm işlemleri en kısa yoldan en hızlı şekilde sonuçlandırıyoruz. 2- 3000 TL üzerinde ki alacaklarda tüketicilerin başvurabilecekleri tek merci tüketici mahkemeleridir. Tüketici mahkemelerine açılacak olan davalarda, tüketicilere avukatlık hizmeti vermekteyiz. Bu hizmet için ayrıca bir avukatlık ücreti talep etmiyor ve kazanılan dava sonrasında tüketiciden herhangi bir komisyon ücreti almıyoruz. 3- Hakem heyetlerine yaptığımız başvuru sonrasında, hakem heyetinin verdiği karara rağmen bankalar ödeme yapmayabilir. Bu durumda avukatlarımız hemen devreye girer. Yasal süreç sonunda icra takibi başlatarak, ödemelerinizi icra yoluyla bankadan tahsil ediyoruz. Bu işlem içinde tüketiciden hiçbir avukatlık ücreti ve komisyon talep etmiyoruz.”* şeklinde ifadelere ve “Başarılarımız” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, adı geçen firma aracılığı ile sonuçlandırılan dosyaların tanıtımına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.tuketici-haklari.org](http://www.tuketici-haklari.org) adresli internet sitesinde ana sayfa içerisinde yapılan tanıtımlarda; *“Tüketici Haklarında Profesyonel Çözümler”; Konusunda profesyonel Avukat ve Danışmanlarımızla hakem heyetlerine yapılacak başvuralar dahil tüm işlemlerinizi biz yapıyor ve bankalardan çektiğiniz kredilerin dosya masraflarını %100 geri alacağımızı taahhüt ediyoruz.”; “Avukatlık Hizmeti! Tüketiciler kendi elde ettikleri başvuru dilekçeleriyle hakem heyetlerine bireysel başvuru yapmaktadır. Eksik ve Yanlış bilgi aktarılması neticesinde yapılan başvurularda, vatandaşlarımız netice alamayıp; bazı durumlarda bankalara ceza ödemek durumunda kalabilmektedir. Bu konuda Avukatlarımızla en doğru desteği sağlayarak olası karşılaşılabilecek tüm mağduriyeti gidermekteyiz.”; “% 100 Taahhüt! Sizin adınıza özel dosyalarınızı hazırlıyor, Hakem heyetlerine yapılacak olan başvurularda dahil tüm başvuruları biz yapıyoruz. işlemlerinizin tamamını sonuçlandırıyor ve masraflarınızı geriye alma garantisi veriyoruz.”;* şeklinde;

“Sıkça Sorulan Sorular” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Kredi dosya masrafları gerçekten geri alınabilir mi? Evet. Kesinlikle alabiliyoruz. Kredi dosya masrafının geri alınması için oluşturduğumuz dosyalar ile doğru makamlara yapacağımız başvurular neticesinde paranızı %100 geri alabiliyoruz.”; “Masrafları geri almak için işlemleri ben mi yapıyorum? hayır. Sizden Sadece Banka dekontlarınızı veya hareket dökümlerini talep ediyoruz. Bundan sonra hakem heyetlerine ve tüketici mahkemelerine yapılacak bütün işlem ve başvuruları avukatlarımız aracılığıyla sizin adınıza biz yapıyoruz.”; “Bu masrafları kendim başvuru yaparak alabilir miyim? Evet. Kendiniz başvuru yaparak alabilirsiniz. Hatta ilgili başvuru formlarını tuketici-haklari.org/evraklar linkinden indirebilirsiniz. Ancak unutmayın ki, tüketiciler yanlış yapacağı başvurular neticesinde bankalar karşı dava açmakta sonucunda da tüketiciler bankalara ceza ödemek zorunda kalabilmektedir. Örnek bilgi için lütfen "Başarılarımız" sayfasını ziyaret ediniz.”* şeklinde;

“Biz Kimiz” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Tüketici-Haklari.Org profesyonel danışmanlar ve Avukatları ile danışmanlık hizmeti sağlamaktadır. Sizin adınıza Hakem heyetleri de dahil olmak üzere ilgili mercilere tüm başvurularınızı yapar ve işlemlerinizi sonlandırır. Amacımız; Aldığınız/kullandığınız kredi dosya masraflarınız ve benzer tüm masraflarınızın geri iadesini alabilmeniz için sizlere yardımcı olabilmek. tüketici-hakları.org ne yapar? tüketici-hakları.org tüketiciyi doğru bilgilendirir. 1- Kullanmış olduğunuz kredilerde bankaların sizden almış olduğu tüm masrafların iadesini talep edemezsiniz. Geriye iadesini talep edeceğiniz ücretler farklılık göstermektedir. Bir örnek vermek gerekirse; kredi kullandırılırken sizden alınan istihbarat ücretini talep edebilirken, hayat sigortası ücretini talep edemezsiniz. Talep edilmemesi gereken bir ücreti talep ederseniz eğer, yaptığınız başvuru sonuçsuz kalacaktır. 2- 3000 türk lirasına kadar talep edeceğiniz masraflarda, il ve ilçe hakem heyetlerine başvurmanız gerekmektedir. 3000 türk lirası üzerinde ki alacaklarınız için hakem heyetlerine BAŞVURAMAZ VE SONUÇ ALAMAZSINIZ, tek başvurabileceğiniz merci TÜKETİCİ MAHKEMELERİDİR. Karşınızda bir banka olduğunu düşünürsek, bu durumda bir avukat tutmanız en doğru yol olacaktır. 3- Bankalar bu paraları tüketiciye ödememek için çeşitli zorluklar çıkarmaktadır. Hatta ve hatta Hakem heyetlerinden yapmış almış oldukları başvuruları sonuçlanan vatandaşlarımız, ellerinde ki ödeme kararına rağmen, bankaya gitmekte ve bankalar bu kararlara rağmen tüketiciye ödeme yapmamaktadır. Bu durumda da avukat tutarak icra yoluyla ödemelerinizi almanız izlemeniz gereken en doğru yoldur. tüketici-hakları.org ne fayda sağlar? 1- Uzman danışman ve avukatlarımızla tüketicilerin adına özel dosyalarını hazırlıyor, tüm mercilere başvuruları biz yapıyoruz. Başvuru sonuçlanıncaya kadar olan tüm süreçte, tüketicinin yanında oluyor, tüm işlemleri en kısa yoldan en hızlı şekilde sonuçlandırıyoruz. 2- 3000 TL üzerinde ki alacaklarda tüketicilerin başvurabilecekleri tek merci tüketici mahkemeleridir. Tüketici mahkemelerine açılacak olan davalarda, tüketicilere avukatlık hizmeti vermekteyiz. Bu hizmet için ayrıca bir avukatlık ücreti talep etmiyor ve kazanılan dava sonrasında tüketiciden herhangi bir komisyon ücreti almıyoruz. 3- Hakem heyetlerine yaptığımız başvuru sonrasında, hakem heyetinin verdiği karara rağmen bankalar ödeme yapmayabilir. Bu durumda avukatlarımız hemen devreye girer. Yasal süreç sonunda icra takibi başlatarak, ödemelerinizi icra yoluyla bankadan tahsil ediyoruz. Bu işlem içinde tüketiciden hiçbir avukatlık ücreti ve komisyon talep etmiyoruz.”* şeklinde ifadelere ve “Başarılarımız” başlığı ile yapılan tanıtımlarda, adı geçen firma aracılığı ile sonuçlandırılan dosyaların tanıtımına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, hukuki meselelerde mütalaa verme, mahkeme, hakem veya yargı yetkisini haiz bulunan diğer organlar huzurunda gerçek ve tüzel kişilere ait hakları dava etme ve savunma, adli işlemleri takip etme, bu işlere ait bütün evrakı düzenleme yetkisinin yasal olarak yalnızca avukatlara ait olduğu ancak; inceleme konusu tanıtımlarda yer verilen ifadeler ile adı geçen firma tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi kartı aidatı, tüketici kredilerinden alınan dosya masrafları ve diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğunun iddia edildiği; şayet iddia edildiği gibi söz konusu yasal süreçlerin avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının yasak olması nedeniyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği;

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

Bu nedenle, www.tuketici-haklari.org adresli internet sitesinde, bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı, dosya masrafı ve benzeri isimler altında alınan diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmeti sunulduğu yönünde izlenim uyandırarak yapılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici olduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 10.01.2015 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; 26; 28/1, 28/2, 28,3, 28/4 ve haksız ticari uygulama olarak kabul edilen örnek uygulamaların düzenlendiği ekte yer alan “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar” başlıklı maddesinin 1 inci ve 8 inci maddeleri,

- 1136 Sayılı Avukatlık Kanununun 55 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beldek Otomotiv İş Makinaları Yedek Parça Elekt. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**119)**

**Dosya No: 2015/804**

**Şikayet Edilen: Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin “*Hizmet Taahhütü*” başlıklı bölümünde, maksimum gönderi süresi 5 iş günü olarak belirtilmesine karşın, şikayet sahibi tüketiciye bu süre içerisinde teslimat yapılmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan söz konusu ifadeler değerlendirilmiş olup; taahhüt edilen gönderi sürelerine ilişkin istisnai hallerin ilgili internet sitesinde aynı sayfa içerisinde belirtildiği, dolayısıyla kampanya içerisinde Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir