**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  11 Ağustos 2015

**Toplantı Sayısı :** 239

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/28**

**Şikayet Edilen: Posta ve Telgraf Teşkilatı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 2014 yılı içerisindemuhtelif mecralarda ve [www.pttcell.com.tr](http://www.pttcell.com.tr) adresli internet sitesinin 20.02.2015 tarihli görünümünde yayınlanan ***“Rakipsiz Tarife”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014, 20.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, Afiş, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda yayınlanan ***“Rakipsiz Tarife”*** başlıklıreklamlarda ana vaat olarak; *“14 TL. Taahhüt yok. Her yöne 200dk, Her yöne 250 SMS, Sınırsız internet, Pttcell’lilerle 3500 dk.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, *“14 TL. Taahhüt yok. Her yöne 200dk, Her yöne 250 SMS, Sınırsız internet, Pttcell’lilerle 3500 dk.”* şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın kampanyadan faydalanan tüketicilerin faturalarına ***“Özel İletişim Vergisi(Yeni Tesis)”***, ***“Telsiz Ruhsatname Ücreti”*** ve ***“Telsiz Kullanma Ücreti”*** adı altında gerçekleştirilen ücretlendirmelerin yansıtılması sonucundafaturaların taahhüt edilenden daha yüksek geldiği, söz konusu ücretlerin tahsil edileceği bilgisine reklamlarda yer verilmediği, dolayısıyla tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

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/b, 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 **Posta ve Telgraf Teşkilatı 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: 2015/149**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Superonline-Net Fiyat”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2015-09.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“Superonline-Net Fiyat”*** başlıklı reklamlarda; ***“Siz bizi aradınız, evinize buyur ettiniz, ikramınızı esirgemediniz. O güzel sıcak yuvanızın bir parçası yaptınız. İnternette bizimle coştunuz. Kaçırdığınız programı tak diye geri alıp seyretmenin rahatlığını bizimle yaşadınız. Muhabbetin en tatlısı için bize güvendiniz. Ee bizde size verdiğimiz sözü tutarız. Faturanıza ektra bağlantı ücreti, modem bedeli sabit ücret yansıtmayız. Bağlantı ücreti yok! Modem bedeli yok! Sabit ücret yok! Taahhüt veren yeni müşteriler için geçerlidir.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Superonline-Net Fiyat”**başlıklı reklamlarda ***“Modem bedeli yok”*** ifadelerine ve [www.superonline.net](http://www.superonline.net) adresli internet sitesinde; *“Kampanyalar kapsamında verilen modemler stoklarla sınırlıdır ve Turkcell Superonline mülkiyetindedir. Hizmetin sonlandırılması halinde modem Turkcell Superonline Abone Merkez’lerine çalışır durumda ve tüm parçaları eksiksiz olarak teslim edilmelidir. Teslim edilmemesi ya da eksik/arızalı teslim edilmesi durumunda, Turkcell Superonline vergiler dahil (% 18 KDV) 150 TL modem ücretini kullanıcıya fatura eder”* ifadelerine yer verilerek, tanıtımı yapılan kampanya kapsamında modemin hediye edilmediği, geçici olarak mülkiyetinin aboneye verildiği,

Diğer taraftan, televizyon reklamlarında ***“Siz bizi aradınız, evinize buyur ettiniz, ikramınızı esirgemediniz. O güzel sıcak yuvanızın bir parçası yaptınız. İnternette bizimle coştunuz. Kaçırdığınız programı tak diye geri alıp seyretmenin rahatlığını bizimle yaşadınız. Muhabbetin en tatlısı için bize güvendiniz. Ee bizde size verdiğimiz sözü tutarız. Faturanıza ektra bağlantı ücreti, modem bedeli sabit ücret yansıtmayız.”*** ifadelerine ve durağan yazı olarak; ***“Taahhüt veren yeni müşteriler için geçerlidir”*** ifadelerine yer verilerek kampanyanın yeni aboneler için geçerli olduğunun açıkça belirtildiği,

Anılan reklamlarda yer verilen **“Sabit ücret yok!”** ifadesine ilişkin olarak ise Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun <https://tuketici.btk.gov.tr/icerik/?id=20> adresli internet sitesinde sabit ücretin fiziksel telefon hattının aktif olarak tutulabilmesi için alındığının belirtildiği, ***“Net fiyat Kampanyası”*** kapsamında Turkcell Superonline’dan numara tahsisi ile telefon hizmeti alındığı takdirde faturaya yansıtılacak olan ve 100 dakika her yöne (sabit hat, GSM, 444’lü numaralar, uluslararası 1. Kademe PSTN, üç haneli (1XY) ücretli özel servis numaraları) arama yapma imkanı sunulmasının karşılığı olan 4,99TL tutarındaki kullanım ücretinin, sabit ücret olarak değerlendirilemeyeceği bu nedenlerle inceleme konusu reklamlarda 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: 2015/840**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“50 GB Limitsiz İnternet”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.05.2015-22.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“50 GB Limitsiz İnternet”*** başlıklıreklamlarda ana vaat olarak; ***“ Modem hediye, Hızlı, bol, uygun fiyatlı, mükemmel internet. TTNET 50 GB Limitsiz İnternet. ”*** ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda ana vaat olarak; ***“Modem hediye”*** ifadesine yer verildiği ancak bilindiği üzere ilgili mevzuat gereği 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 süresinin açıklanması gerekmekte olup, inceleme konusu reklamlarda hediye edilecek modem bedelinin belirtilmediği, bu nedenlerle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7, 15 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2014/1439**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Turbo Buton”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 30.10.2014 tarihinde [www.superonline.net](http://www.superonline.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Turbo Buton”***başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“Bir tık ile limitsiz, ışık hızında fiber internet! 24 saat boyunca hızını 100 Mbps’e kadar yükselterek, Hız Alanı’na takılmadan internetin altını üstüne getirmek ister misin? Üstelik sadece 4,90 TL! Türkiye’de ilk ve tek!”***ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 30.10.2014 tarihinde [www.superonline.net](http://www.superonline.net) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Turbo Buton”***başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“Bir tık ile limitsiz, ışık hızında fiber internet! 24 saat boyunca hızını 100 Mbps’e kadar yükselterek, Hız Alanı’na takılmadan internetin altını üstüne getirmek ister misin? Üstelik sadece 4,90 TL! Türkiye’de ilk ve tek!”***ifadelerine yer verildiği, ancak 24 saat boyunca internet hızını 100 Mbps’e kadar yükseltme özelliğinin, TTNET A.Ş. tarafından abonelerine sunulan **“TTNET Roket”** hizmetinde de bulunduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda yer alan “Türkiye’de ilk ve tek” ifadesinin gerçeği yansıtmadığı ve haksız rekabete yol açtığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**5)**

**Dosya No: 2014/1521**

**Şikayet Edilen: Doğan TV Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“D-Smart Giriş”*** ve ***“Mega Paketler”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.d-smart.com.tr](http://www.d-smart.com.tr) adresli internet sitesinin 14.11.2014 tarihli görünümünde yayınlanan ***“Giriş Paketi”***başlıklı reklamlarda ***“Hem belgeselden çocuğa, müzikten spora yüzlerce kanal olsun hem de bütçeme uygun olsun diyenlere D-Smart’la süper bir başlangıç yapın. Üstelik 5 kat daha net görüntü ve ses kalitesiyle… 37 HD, 447 toplam kanal 10 TL’den başlayan fiyatlarla…”***ifadelerine yer verildiği ve aynı internet sayfasının devamında yer alan *“Giriş Paketi HD Kanalları”* kısmında 26 adet HD kanal logosunun yer aldığı, ayrıca *“Giriş Paketi Ücretleri”* kısmında 10 TL ile ücretlendirilen paketin SD yayınını içerdiği, diğer taraftan, yukarıda bahsi geçen aynı internet sitesinin aynı tarihli görünümünde yayınlanan ***“Mega Paket”*** başlıklı reklamlarda ***“Filmden diziye, belgeselden spora, çocuktan yaşam kanallarına D-Smart’ın tüm içeriği bu pakette. Üstelik bu keyfi cep telefonu, tablet veya bilgisayarınızla her zaman, her yerde yaşamanız için D-Smart Blu da hediye… 67 HD, 500 toplam kanal 60 TL’den başlayan fiyatlarla…”***ifadelerine yer verildiği ve aynı internet sayfasının devamında yer alan *“Mega Paket HD Kanalları”* kısmında 56 adet HD kanal logosu yer aldığı, ayrıca *“Mega Paket Ücretleri”* kısmında 60 TL ile ücretlendirilen paketin SD yayınını içerdiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ***“Giriş Paketi”***başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“Hem belgeselden çocuğa, müzikten spora yüzlerce kanal olsun hem de bütçeme uygun olsun diyenlere D-Smart’la süper bir başlangıç yapın. Üstelik 5 kat daha net görüntü ve ses kalitesiyle… 37 HD, 447 toplam kanal 10 TL’den başlayan fiyatlarla…”***ifadelerine yer verildiği, ancak aynı internet sayfasının devamında yer alan *“Giriş Paketi HD Kanalları”* kısmında 26 adet HD kanal logosunun yer aldığı, ayrıca *“Giriş Paketi Ücretleri”* kısmında 10 TL ile ücretlendirilen paketin yalnızca SD yayınını içerdiği, dolayısıyla anılan reklamlarda yer alan ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, ***“Mega Paket”*** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“Filmden diziye, belgeselden spora, çocuktan yaşam kanallarına D-Smart’ın tüm içeriği bu pakette. Üstelik bu keyfi cep telefonu, tablet veya bilgisayarınızla her zaman, her yerde yaşamanız için D-Smart Blu da hediye… 67 HD, 500 toplam kanal 60 TL’den başlayan fiyatlarla…”***ifadelerine yer verildiği, ancak aynı internet sayfasının devamında yer alan *“Mega Paket HD Kanalları”* kısmında 56 adet HD kanal logosu yer aldığı, ayrıca *“Mega Paket Ücretleri”* kısmında 60 TL ile ücretlendirilen paketin yalnızca SD yayınını içerdiği, dolayısıyla anılan reklamlarda yer alan ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Doğan TV Digital Platform İşletmeciliği A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2015/371**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Süpernet Yurtdışında 4G”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“Süpernet Yurtdışında 4G”*** başlıklı reklamlarda, ***“-Elinoğlu Avrupa’da 4G’nin sefasını sürüyor. Bir de bize bak ya! Şuna bak, şak diye indi. Doping mi yaptın telefonuna havuç kafa? –Kardeşim susar mısın artık? –Aaa! Sen Türk müydün abi ya? –Adanalıyım, turistim ben. –Nasıl 4G’lisin sen bu telefonla? Telefonla değil, Vodafone’la dostum. Çünkü Türkiye’den yurtdışına çıkan Vodafone’lular anında 4G’li olurlar. Sen de Vodafone’a gel 4G’nin hızını kendi gözlerinle gör. Vodafone’la işte bu kadar kolay”***ifadelerine, altyazıda*“3G’de dünyadaki şebekelerin sağladığı teorik hızlar 7,2-63 Mbps arasında 4G’de ise 100-300 Mbps arasında değişir. En hızlı 3G şebekesinin sunduğu 63 Mbps hızı en yavaş 4G şebekesinin 100 Mbps hızından daha düşüktür. Görüntüler temsilidir. Hız kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza ve bağlanılan siteye göre değişebilir. Abonelerin o ülkedeki 4G anlaşmalı operatörü manuel olarak seçmesi gerekmektedir. Detaylı bilgi: vodafone.com.tr”* ifadelerine ve durağan yazıda ***“Vodafone Red Tarifeleriyle, 4G’yi destekleyen cihazlarda kullanılır.”*** şeklindeki ifadeye yer verildiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan aynı başlıklı reklamlarda, ***“Yurtdışına çıktığınızda internetinizi 4G hızına kim çıkarıyor? Tabii ki Vodafone. Türkiye’den yurtdışına çıkan abonelerine 4G hizmeti veren ilk ve tek operatör Vodafone’la hem Türkiye’nin hem de yurtdışının en hızlısı sizsiniz. Ee, Avrupa’nın en büyük operatörü olmak işte böyle bir şey.”***ifadelerine altyazıda ise *“GSMA Intelligence Raporu’na göre Vodafone, Avrupa’da en çok aboneye sahip operatördür. Test, bağımsız kuruluşça üç büyük ilde data indirme ve yükleme hızına göre yapılmıştır. Bilgi: vodafone.com.tr”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Süpernet Yurtdışında 4G”*** başlıklı reklamlarda, altyazı dahil hiçbir yerde söz konusu hizmetten faydalanmak için abonelerin 4G teknolojisini destekleyen sim kart kullanması gerektiğinin belirtilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Ayrıca, anılan reklamlarda yer alan durağan yazıda ***“Vodafone Red Tarifeleriyle, 4G’yi destekleyen cihazlarda kullanılır.”*** şeklindeki ifadeye yer verilerek söz konusu hizmetten faydalanmak için bu hizmeti destekleyen cihazların kullanılması gerektiği belirtilmesine rağmen, reklam içeriğinde geçen konuşmalarda “***–Nasıl 4G’lisin sen bu telefonla? Telefonla değil, Vodafone’la dostum.”*** ifadesine yer verilerek tüketicilerde algı karışıklığına yol açıldığı,

Öte yandan, inceleme konusu reklamlarda yurtdışına çıkan bir tüketicinin mevcut hattında kullandığı internet hizmeti ile daha hızlı, daha yeni bir internet teknolojisi olan 4G teknolojisinin karşılaştırıldığı, ancak söz konusu hizmetlerin farklı mobil telekomünikasyon teknolojileri olduğu göz önüne alındığında yapılan karşılaştırmanın aynı nitelikte olmadığı,

Diğer taraftan muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan aynı başlıklı reklamlarda, Vodafone’un Türkiye’den yurtdışına çıkan tüketicilere 4G hizmeti veren **ilk ve tek operatör** olduğunun belirtildiği ve bu durumun ***“Supernet 4G sadece Vodafone’da”*** şeklindeki ifadeyi içeren durağan yazı ile desteklendiği, ancak söz konusu hizmetin Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından da abonelerine sunulduğu düşünüldüğünde bahsi geçen iddianın gerçeği yansıtmadığı,

Bunlara ilaveten, anılan reklamlarda yer alan “***Vodafone’la hem Türkiye’nin hem de yurtdışının en hızlısı sizsiniz.”*** şeklindeki ifade ile gerek Türkiye’de gerek ise de yurtdışında **4G hizmeti kapsamında** en hızlı operatörün Vodafone olduğunun iddia edildiği, oysaki 4G hizmetinin henüz Türkiye’de sunulmadığı göz önüne alındığında bahsi geçen ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Ayrıca, anılan reklamlarda yer alan altyazıda *“GSMA Intelligence Raporu’na göre Vodafone, Avrupa’da en çok aboneye sahip operatördür. Test, bağımsız kuruluşça üç büyük ilde data indirme ve yükleme hızına göre yapılmıştır. Bilgi: vodafone.com.tr”* ifadelerine yer verildiği ancak altyazıda bahsi geçen rapor ile testin hangi iddialara yönelik olduğunun anlaşılamaması sebebiyle bu ifadelerin tüketicilerde algı karışıklığına yol açtığı, buna ek olarak inceleme konusu reklamlarda yer alan **“*Vodafone’la hem Türkiye’nin hem de yurtdışının en hızlısı sizsiniz.”*** şeklindeki ispata muhtaç ifadenin altyazıda bahsi geçen raporlarla yeterli ölçüde desteklenmediği,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**7)**

**Dosya No: 2015/460**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Genç Turkcell - Bitmeyen İnternet”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.03.2015 – 09.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** ***“Genç Turkcell Bitmeyen İnternet”*** başlıklı reklamlarda;***“Genç Turkcell’de yeni ne var? İnternetin hakkını vermek var. Muhabbetin en tatlı yerinde o da ne? İnternetin bitmek üzere... Neyse çaresi Genç Turkcell’de. Genç Turkcell paketin yarısında interneti fuller. Hediye internetle sevdiğinle gözgöze uyumayı dene. Genç Turkcell, e hadi.”***ifadelerine, altyazıda ise *“13.03.2015 – 30.04.2015 arası Bitmeyen İnternet kampanyasında 1 GB ve üzerinde internet içeren tüm Genç Paketler’deki internet yarılandığında BİTMEYEN yazıp 2222’ye yollayarak kotaların yarısı kadar internet kazanılabilir. Tüm internet paketleriyle hediye hakkı bittiğinde; kullanımlar KDV-ÖİV dahil faturasızda 2KRŞ/1000 KB, faturalıda 5 TL/100 MB’dir. Faydalar ana paketin dönemi boyunca geçerlidir, her paket döneminde bir defa kazanılabilir. Detaylar: www.gnctrkcll.com”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Genç Turkcell Bitmeyen İnternet”*** başlıklı reklamlardaReklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2015/930**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Askerde Özlem Bitsin Diye, Askercell Türkiye’nin Hizmetinizde”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet, Broşür

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında 2015 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarınana vaadinde;***“Kahraman Mehmetçiklerimizin fedakar aileleri evlatlarından, Mehmetçik sevdiklerinden hiç ayrı kalmasın, istedikleri an hasret giderebilsinler diye askerde serbestçe konuşturan Askercell Turkiye’nin hizmetinde”*** ifadelerine, anılan televizyon reklamlarının altyazısında*“20 Nisan 2015 tarihinden itibaren Askercell servisine bireysel faturasız Turkcell aboneleri, Turkcell İletişim Merkezleri’nden/Yetkili Turkcell Satış Noktaları’ndan abone olabilirler. Abone/kullanıcı yalnızca seçtiği (5 mobil, 2 sabit olmak üzere en fazla 7) numaralarla konuşup mesajlaşabilir, hafta içi 08:00 – 18:00 arasında sesli görüşme yapamaz. Askercell aboneleri, satın aldıkları data içeren tarife, servis, paket, kampanyalara abone olsa dahi kullanamaz, bunların ücretlendirilmesi, otomatik yenilenmesi iptal edilmediği sürece devam eder, servisten ancak bayi kanalıyla çıkılabilir. Bilgilerde bir yanlışlık olması durumunda Turkcell bayilerinden servis iptal edilebilir. Turkcell, bu özelliklerde değişiklik yapma hakkını saklı tutar.”* ifadelerine, www.turkcell.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *“Müşteri sadece Askercell paketlerini mi kullanmak zorunda?”*başlıklı kısımda ***“Askercell paketlerini kullanma zorunluluğu yoktur. Müşterilerimiz eğer isterse kendilerine uygun diğer bireysel faturasız paketlerden de yararlanabilirler.”*** ve *“Askercell kapsamında seçilen 7 numara haricinde bir numara ile mesajlaşıldığında ne olur?* başlıklı kısımda **“*Askercell kapsamında seçilen 7 numara haricindeki numaralara gönderilen SMSler ve bu numaraların ilgili Askercell'li numaraya attığı SMSler kullanıcılara ulaşmaz, ancak ücretlendirmesi yapılır. Her iki numaraya da bilgilendirme gönderilmez.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamlarda Genelkurmay Başkanlığı tarafından yapılan düzenlemeye ilişkin hizmetin tüm Türkiye’ye yalnızca Turkcell tarafından sağlanacağı algısı oluşturulmadığı, www.turkcell.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ***“Askercell”*** tarifesi altındaki tarifelerin asker olmayan tüm abonelere yönelik olacak şekilde tanıtımının yapılmadığı ve anılan internet sitesinde yer verilen ifadeler ile tüketiciler tarafından seçilen 7 numara dışındaki numaralar ile mesajlaşıldığı takdirde SMSlerin iletilememesi ve iletilemeyen SMSlerin de ücretlendirmeye tabi olması şeklinde tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek nitelikte önemli bilgilere reklam altyazısı ve internet sitesinde yer verildiği 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**

**9)**

**Dosya No: 2015/1142**

**Şikayet Edilen: Turkuvaz Gazete Dergi Basım A.Ş. (www.sabah.com.tr)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sabah.com.tr](http://www.sabah.com.tr)adresli internet sitesinde yer alan ***“Devlette İmplant Devri”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.05.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.sabah.com.tr** adresli internet sitesinin 19.05.2015 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen ***“Devlette İmplant Devri”*** başlıklı yazıda:*“Nitelikli tedavi olanağı ve özel kurumlarda bile rastlanmayan sıra dışı hizmetleriyle dikkat çeken Adana Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi'nde (ADSM) implant da yapılmaya başlandı. Adana'da 2007'de kurulan Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi (ADSM), nitelikli tedavi olanakları ve örneğine özel klinik ve hastanelerde bile rastlanamayacak sıra dışı uygulamalarıyla, toplumdaki 'kamu kurumu' algısını değiştiriyor. 24 saat diş sağlığı hizmeti sunan, evinden çıkamayan hasta ve yaşlılara seyyar klinikle tedavi uygulayan, engelliler için altyapı kuran merkezde, en son yenilik ise implant uygulamalarının başlaması. Bir başka sıra dışı hizmet ise hastaların bütün işlemlerini beraber takip eden 'Hızır ekip' personelinin görevlendirilmesi oldu. 3 AYDA 11 BİN KANAL TEDAVİSİ Adana ADSM'nde başhekimlik görevini Dt. Nilay Fevziye Medeni yürütüyor. Başhekim Yardımcısı Dt. Ali Ender Akbıyık, İmza Yetkili Birim Sorumlusu Dt. İrem Gülşen Bülbüloğlu, Müdür Eyüp Yiğit ve Müdür Yardımcısı Davut Temiz'den oluşan ekibiyle hastanede yenilik üstüne yenilik yapan Dt. Medeni, kentin değişik yerlerindeki 4 binada, 116'sı diş hekimi olmak üzere 356 personelle hizmet verdiklerini belirtiyor. Başhekim Dt. Nilay Fevziye Medeni, sadece 2015'in ilk 3 ayında 38 bin dolgu, 30 bini aşkın hareketli ve sabit protez, 11 binden fazla kanal tedavisi yaptıklarını, poliklinik sayısında 90 bine yaklaştıklarını vurguluyor. HIZIR EKİP KURULDU. Mayıs ayı itibariyle, implant uygulamasına da başladıklarını kaydeden Dt. Medeni, "İmplant işlemlerini cuma günleri yapıyoruz. Özel kliniklerde birkaç bin dolar karşılığı yapılan implant için merkezimizde hastalardan 575- 600 lira arası fark alınıyor" dedi. Dt. Medeni, bir başka yeni uygulamada ise AK Parti Adana Milletvekili ve Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu Başkanı Necdet Ünüvar'ın önerisiyle 'Hızır ekip' oluşturulduğunu ifade etti. Dt. Medeni, "'Bana sor' yazılı giysiler giyen arkadaşlarımız, tedavileri bitip evlerine gidene kadar hastaların işlemlerini takip ediyor. Böylece bütün tartışma ve şikayetler sıfırlandı" diye konuştu. HİZMET EVLERE GİDİYOR Başhekim Dt. Nilay Fevziye Medeni, ADSM'de sundukları bazı çarpıcı hizmetleri ise şöyle özetliyor: "Zihinsel engelli hastalar için genel anestezi altında diş tedavisi yapıyoruz. Evlerinden çıkamayan bakıma muhtaç yaşlı, hasta ve engellilere, ilçelere kadar giderek seyyar diş ünitlerimizle hizmet sunuyoruz. Hekimlerimizi ihtiyaç olan ilçe ve hastanelerde görevlendiriyoruz. Nöbet sistemiyle, acil durumlar için 24 saat hizmet veriyoruz. Engelliler için merkezimizde telefon üzerinden destek sunulan 'yardım kulesi' kurduk. Ayrıca 'braille' (kabartma) alfabesiyle hazırlanmış yönlendirme panoları ve tabelalarımız var." HİJYEN İÇİN BARKOD SİSTEMİ Adana Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi'nde (ADSM) kullanılan alet ve sarf malzemelerinin hijyen güvenliği için barkod sistemi uygulanıyor. Sistem sayesinde hangi malzemenin ne zaman, kim tarafından kullanıldığı, sterilizasyon işlemleri gibi bütün aşamalar saniye saniye kaydediliyor”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.sabah.com.tr** adresli internet sitesinin 19.05.2015 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen ***“Devlette İmplant Devri”*** başlıklı yazıda:*“Nitelikli tedavi olanağı ve özel kurumlarda bile rastlanmayan sıra dışı hizmetleriyle dikkat çeken Adana Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi'nde (ADSM) implant da yapılmaya başlandı. Adana'da 2007'de kurulan Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi (ADSM), nitelikli tedavi olanakları ve örneğine özel klinik ve hastanelerde bile rastlanamayacak sıra dışı uygulamalarıyla, toplumdaki 'kamu kurumu' algısını değiştiriyor. 24 saat diş sağlığı hizmeti sunan, evinden çıkamayan hasta ve yaşlılara seyyar klinikle tedavi uygulayan, engelliler için altyapı kuran merkezde, en son yenilik ise implant uygulamalarının başlaması. Bir başka sıra dışı hizmet ise hastaların bütün işlemlerini beraber takip eden 'Hızır ekip' personelinin görevlendirilmesi oldu. 3 AYDA 11 BİN KANAL TEDAVİSİ Adana ADSM'nde başhekimlik görevini Dt. Nilay Fevziye Medeni yürütüyor. Başhekim Yardımcısı Dt. Ali Ender Akbıyık, İmza Yetkili Birim Sorumlusu Dt. İrem Gülşen Bülbüloğlu, Müdür Eyüp Yiğit ve Müdür Yardımcısı Davut Temiz'den oluşan ekibiyle hastanede yenilik üstüne yenilik yapan Dt. Medeni, kentin değişik yerlerindeki 4 binada, 116'sı diş hekimi olmak üzere 356 personelle hizmet verdiklerini belirtiyor. Başhekim Dt. Nilay Fevziye Medeni, sadece 2015'in ilk 3 ayında 38 bin dolgu, 30 bini aşkın hareketli ve sabit protez, 11 binden fazla kanal tedavisi yaptıklarını, poliklinik sayısında 90 bine yaklaştıklarını vurguluyor. HIZIR EKİP KURULDU. Mayıs ayı itibariyle, implant uygulamasına da başladıklarını kaydeden Dt. Medeni, "İmplant işlemlerini cuma günleri yapıyoruz. Özel kliniklerde birkaç bin dolar karşılığı yapılan implant için merkezimizde hastalardan 575- 600 lira arası fark alınıyor" dedi. Dt. Medeni, bir başka yeni uygulamada ise AK Parti Adana Milletvekili ve Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu Başkanı Necdet Ünüvar'ın önerisiyle 'Hızır ekip' oluşturulduğunu ifade etti. Dt. Medeni, "'Bana sor' yazılı giysiler giyen arkadaşlarımız, tedavileri bitip evlerine gidene kadar hastaların işlemlerini takip ediyor. Böylece bütün tartışma ve şikayetler sıfırlandı" diye konuştu. HİZMET EVLERE GİDİYOR Başhekim Dt. Nilay Fevziye Medeni, ADSM'de sundukları bazı çarpıcı hizmetleri ise şöyle özetliyor: "Zihinsel engelli hastalar için genel anestezi altında diş tedavisi yapıyoruz. Evlerinden çıkamayan bakıma muhtaç yaşlı, hasta ve engellilere, ilçelere kadar giderek seyyar diş ünitlerimizle hizmet sunuyoruz. Hekimlerimizi ihtiyaç olan ilçe ve hastanelerde görevlendiriyoruz. Nöbet sistemiyle, acil durumlar için 24 saat hizmet veriyoruz. Engelliler için merkezimizde telefon üzerinden destek sunulan 'yardım kulesi' kurduk. Ayrıca 'braille' (kabartma) alfabesiyle hazırlanmış yönlendirme panoları ve tabelalarımız var." HİJYEN İÇİN BARKOD SİSTEMİ Adana Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi'nde (ADSM) kullanılan alet ve sarf malzemelerinin hijyen güvenliği için barkod sistemi uygulanıyor. Sistem sayesinde hangi malzemenin ne zaman, kim tarafından kullanıldığı, sterilizasyon işlemleri gibi bütün aşamalar saniye saniye kaydediliyor”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Söz konusu yazıda yer alan;

*“****Nitelikli tedavi olanağı ve özel kurumlarda bile rastlanmayan sıra dışı hizmetleriyle dikkat çeken*** *Adana Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi'nde (ADSM) implant da yapılmaya başlandı.”,*

*“Adana'da 2007'de kurulan Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi (ADSM),* ***nitelikli tedavi olanakları ve örneğine özel klinik ve hastanelerde bile rastlanamayacak sıra dışı uygulamalarıyla,*** *toplumdaki 'kamu kurumu' algısını değiştiriyor.”,*

*“24 saat diş sağlığı hizmeti sunan, evinden çıkamayan hasta ve yaşlılara seyyar klinikle tedavi uygulayan, engelliler için altyapı kuran merkezde,* ***en son yenilik ise implant uygulamalarının başlaması.*** *Bir başka sıra dışı hizmet ise hastaların bütün işlemlerini beraber takip eden 'Hızır ekip' personelinin görevlendirilmesi oldu.”,*

*“ ... Dt. Medeni, kentin değişik yerlerindeki 4 binada, 116'sı diş hekimi olmak üzere 356 personelle hizmet verdiklerini belirtiyor.”,*

*“Dt. Medeni, "İmplant işlemlerini cuma günleri yapıyoruz.* ***Özel kliniklerde birkaç bin dolar karşılığı yapılan implant için merkezimizde hastalardan 575- 600 lira arası fark alınıyor****" dedi."* ifadeleriyle,

**Adana Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi isimli sağlık kuruluşuna ticari yönden gelir sağlayacak hizmetlerin tanıtımının ve reklamının yapıldığı,** **adı geçen hastaneye ve hizmetlere yönelik yukarıda altı çizili olarak belirtilen atıfların, söz konusu hastanede tedavi olmaya dolaylı olarak teşvik ettiği ve burada verilen sağlık hizmetlerinin** **talep yaratıcı ifadelerle detaylı bir şekilde övülerek tanıtıldığı, dolayısıyla inceleme konusu yazıda haber görünümü altında adı geçen hastane ve hizmetlerin örtülü reklamının yapıldığı tespit edildiği;**

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların;

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 inci ve 23 üncü maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**BANKACILIK VE SİGORTACILIK HİZMETLERİ**

**10)**

**Dosya No: 2015/1079**

**Şikayet Edilen: Şekerbank T.A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Şekerbank’ta Emeklilerimizin Yeri Ayrı”*** isimli kampanya kapsamında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu Kampanya’ya ilişkin olarak **www.sekerbank.com.tr** adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda**;** *“Şekerbank’ta Emeklilerimizin Yeri Ayrı! 31 Ağustos’a kadar SGK Emekli Maaşını Şekerbank’a getiren emeklilerimiz; 2 çeyrek altın karşılığı 3,20 gr hediye altın veya masrafsız 0 faizli 24 ay vadeli 2.400 TL bireysel ihtiyaç kredisi\* kullanım hakkı kazanıyor.* ***SGK Emekli Maaşınızı Şekerbank’a taşıyın; sunduğumuz ayrıcalıklı hizmetler ile bankacılık işlemlerinizi zahmetsizce gerçekleştirin… SGK Emekli Maaş Müşterilerimize Sunduğumuz Ayrıcalıklı Hizmetlerimiz;*** *Şubede İşlem Önceliği* ***Şube numaratörlerimize eklenen ‘‘Emeklilere Özel’’ tuşu ile tüm bankacılık işlemleriniz için öncelikli hizmet alırsınız.*** *Emekli Destek Hattı: 444 0 344* ***Emekli müşterilerimize özel Emekli Destek Hattımız ile herhangi bir tuşlama yapmadan direkt müşteri temsilcilerimizle görüşebilir; kolayca bankacılık işlemlerinizi gerçekleştirebilirsiniz.*** *Eve Teslim Emekli Maaş Hizmeti* ***Sağlık sorunu nedeniyle maaşlarını almak için Şube’ye gidemeyen emekli müşterilerimizin maaşlarını adreslerine teslim ediyoruz. 20 şehir merkezinde verdiğimiz bu hizmetimiz hakkında detaylı bilgi almak için tüm şubelerimize ve 444 0 344 numaralı Emekli Destek Hattı’mıza başvurabilirsiniz.*** *Hesap İşletim Ücreti Muafiyeti* ***Bankamızdaki tüm hesaplarınız için hesap işletim ücreti muafiyeti alırsınız.*** *Şekerbank İnternet Şubesinden ve Çağrı Merkezinden Sınırsız Sayıda Ücretsiz Havale ve EFT imkanı* ***Şekerbank İnternet Şubesi ve Çağrı Merkezi aracılığıyla gerçekleştireceğiniz tüm Havale ve EFT’lerinizden ücret almıyoruz.*** *Şekerbank ATM’lerinden Ücretsiz Limit üstü Nakit Çekim İmkanı* ***Tüm ATM’lerimizden komisyon ücreti ödemeden limit üstü para çekebilirsiniz.*** *Diğer Tüm Banka ATM’lerinden Ücretsiz Maaş Hesabınıza Erişim ve Nakit Çekim İmkanı* ***Diğer tüm Banka ATM’lerinden emekli maaş bakiyenizi ücretsiz görüntüleyebilir ve diğer banka ATM limitleri dahilinde komisyon ücreti ödemeden maaşınızı çekebilirsiniz. \*SGK Emekli Maaşınızı 36 ay boyunca bankamız aracılığıyla almak için taahhüt vermeniz gerekmektedir.*”** ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şekerbank T.A.Ş’ ye ait ***“Şekerbank’ta Emeklilerimizin Yeri Ayrı!”*** isimli kapmyanya kapsamında; başvuru sahibinin söz konusu kampayadan faydalanmak üzere emekli maaşını Şekerbank T.A.Ş’ye taşımasına karşın ***‘başka bir bankadan takipte kredi sahiplerinin söz konusu kampanyadan faydalanamayacağı’*** gerekçesi ile kampanyaya ilişkin ilanlarda yer alan ‘2 çeyrek altın karşılığı 3,20 gr hediye altın’ vaadinin şikayet doğrultusunda yerine getirildiğinden ve kampanya kapsamında yapılan reklam ve tanıtımlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**11)**

**Dosya No: 2015/275**

**Şikayet Edilen:** **Omega Pharma Kişisel Bakım Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Sebamed"*** markalı şampuanlara ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ürün ambalajı

**Tespitler:** [www.sebamed.com.tr/index.php](http://www.sebamed.com.tr/index.php) adresli internet sitesinin 25.02.2015 tarihli görünümünde ve ürün ambalajlarında **“Sebamed Saç Dökülmesine Karşı Etkili Şampuan”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özellikler: Sağlıklı ciltte olduğu gibi, 5.5 pH değeriyle cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Renklendirici içermez. Saç derisinin işlevlerini aktive ederek saç dökülmesini azaltır. Saç ve saç derisindeki fazla yağı nazik bir şekilde temizler; yağlanmanın ve kepeğin artışıyla ilişkili ilerleyici saç dökülmesini azaltır.. Kan dolaşımını artırır, saç köklerini besler ve canlandırır. Saçların kuruluktan kaynaklanan hassasiyetini, çatallanmasını ve kırılmasını azaltarak saçın yapısını doğal olarak stabilize eder; saçların gücünü ve parlaklığını korur. Sabun ve alkali içermez. Kan dolaşımını artıran ve saç köklerini besleyen niyasin, kafein, gingko biloba ile kepeğe karşı etkili oktopiroks içerir. Kullanım alanı: Saç dökülmesi ve kepek oluşumuyla mücadele eder. Kan dolaşımını artırıcı etkisi dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Sebamed Her Gün Kullanım Şampuanı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nazik günlük bakım için uygundur. Saç derisini ve saçı kurumaya karşı korur. Saç yapısının bütünlüğünü koruyarak sağlıklı bir parlaklık sağlar. Saç telinin yapısına nüfuz ederek nemini korur, saça hacim ve ipeksi bir parlaklık verir. Hoş ve hafif kokuludur. Sabun ve alkali içermez. Yeni kuşak glikozit sürfaktan karışımı ve bitkisel bazlı etkin temizlik maddeleri içerir”* ifadelerine, **“Sebamed Kepek Önleyici Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saçın sağlıklı kalması için saçlı derinin asit mantosunu destekler ve korur. 5.5 pH değeri ile saç yapısını stabilize eder. Kepeği hassas bir şekilde temizler; kepeğin yarattığı tahrişin görünür belirtilerini ortadan kaldırarak saç derisi ve saçı nazikçe temizler. Saçı canlandırır, hacim ve parlaklık verir. Günlük bakım ile yağlı saç derisini stabilize eder. Sabun ve alkali içermez. Kepeğe karşı etkili pirokton olamin ile hafif ve etkili yıkama maddeleri içerir. Normal ve yağlı saçlar ve saç derisi için uygundur. Yağla kepeğin hassas bir şekilde giderilmesi için özellikle uygundur. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Sebamed Onarım Şampuanı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saçın sağlıklı kalması için saçlı derinin asit mantosunu destekler ve korur. 5.5 pH değeri ile saç yapısını stabilize eder. Saçın yapısını, saç ve saç derisinin nemini korur. Saçı nazik bir şekilde sararak yumuşaklık ve koruma sağlar. Sabun ve alkali içermez. Renklendirici, alkol, mineral yağlar, silikon yağlar, halojenize organik bileşikler içermez.”* ifadelerine, **“Sebamed Saç Bakım Balsamı”**isimli kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda *“Saçın sağlıklı kalması için saç derisinin asit mantosunu destekler ve korur. 5.5 pH değeri ile saç yapısını stabilize eder. Renk verici katkı maddesi içermez. Saç ve saç derisinde etkili saç kremi, nem dengesini sağlayarak derinlemesine nüfuz eder, saçın yapısını korur, saça esneklik kazandırır. Saç kırılmasına karşı etkilidir, saç telini kaplayarak ek koruma sağlar; donuk ve cansız saçı nemlendirir. Saçı kurumasını engeller; saçın yumuşak ve ipeksi olmasını sağlar. Saç kolayca taranır ve şekil alır. Hidrolize ipek ve aktif hidrolize buğday proteini (glutensiz) içerir”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerin, inceleme konusu reklamlarda yer verilen ifadeleri ispatladığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2014/1178**

**Şikayet Edilen: Zeynep HALİTOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.basurason.biz](http://www.basurason.biz) adresli internet sitesinde “*Hemorita Kara Merhem*” isimli ürüne ilişkin yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.08.2014 – 25.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.acaiberry.com.tr)basurason.biz adresli internet sitesinin 21.08.2014 – 25.09.2014 tarihli görünümlerinde yer alan “*Hemorita Kara Merhem***”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Hemoroid kader değil. Hemorita bitki karışımlı kara merhem. Bu mucize ürün yıllar süren klinik çalışmalar ve araştırmalar sonucu ortaya çıkmış ve eşi benzeri olmayan bir üründür. 2000in üzerinde basur hastasında denenmiş ve %95’in üzerinde kalıcı olarak sonuç vermiş bitkisel şifalı bir kara merhemdir. Hemorita bitkisel karışımlı kara merhem içerdiği şifalı bitki ekstreleri ile basur memesinin çok kısa bir sürede küçülmesini ödemli ve ağrılı bölgenin kurumasını kanamalı basur memesinin iyileşmesini sağladığı gibi fıtıklaşmış damarları tutan bağların güçlenmesini sağlayarak tekrar nüksetmemesini sağlayan mükemmel ötesi bir üründür. Kara merhem genel bir isim olup Hemorita Kara Merhemin benzeri muadili bir ürün asla bulunmamaktadır. Neden Hemorita Kara Merhem? Hemorita asla bir krem değildir. Şifalı bitki ekstre ve özlerinden özel olarak formüle edilmiş bir çeşit kara merhemdir. Kesinlikle benzeri ve muadili olmayan dalında tek basur tedavi kara merhem olan Hemorita kullanılmaya başlandığı andan itibaren ülserleşmiş basur memesi iyileşmeye ve küçülmeye başlayacak ve tamamen kuruyacaktır. Şayet kanamalı bir durum varsa birkaç gün içinde kanama sona erecektir. Hemorita basur memesini tutan bağları güçlendirerek tekrar nüksetmesini önleyecektir, sadece 7 günde mükemmel sonuca ulaşın. Bu çok önemli merhem geçici bir çözüm değil kalıcı bir çözüm ve şifa sunmaktadır. Bakanlık onaylı bu özel ürün hemoroid kabusuna kesin olarak son vermektedir. Ağrısız, acısız, ameliyatsız şekilde basur kabusundan sonsuza dek kurtulmak istiyorsanız Hemorita bitkisel kara merhem sizi neticeye ulaştıracak alternatifsiz bir çözümdür. Ağrısız, acısız, ameliyatsız ve çöpe attığınız paraları varsayarak en ekonomik şekilde size derman olacak Hemorita Kara Merhemi denemenizi tavsiye ederiz. Ertelemeyin! 7 günde hemoroid kabusundan kurtulun.****”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde ispata muhtaç, kozmetik ürün tanımını aşan ve tedaviye yönelik ifadelere yer verildiği,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin “*Tanımlar*” başlıklı 4 üncü maddesi ile “*İç ve Dış Ambalajda Yer Alacak bilgiler*” başlıklı 10 uncu maddesi,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**13)**

**Dosya No: 2014/1738**

**Şikayet Edilen: RGN Bilişim ve Pazarlama – Ufuk Kana**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.](http://www.acaiberry.com.tr)guncelhaberajansi.com adresli internet sitesinin 28.10.2014 tarihli görünümlerinde yer alan “*Victor Armani***”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Kadınlar bu kokuya dayanamaz. Victor Armani Türkiye’deki tek gerçek afrodizyaktır. Afrodizyak içerdiği feromon sayesinde kadınların hormonlarının karşı koyamayacağı bir etki yaratır. Fenomon etkisi kadınların başını döndürür. 5 duyunun birden uyarılması kadını istese de karşı koyamayacak şekilde etkiler. Öyle ki bu noktada fiziki görünüşün hiç bir önemi kalmamıştır. Victor Armani içerisindeki %92 afrodizyak oranıyla kadınların aklını başından alır. Kadınlar afrodizyağa karşı koyamazlar. Partnerinizde cinsel isteği uyandırır. Özgüveninizi hiç olmadığı kadar arttırır. %100 para iadesi garantisi.****”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde ispata muhtaç, kozmetik ürün tanımını aşan, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanına yer verildiği,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin “*Tanımlar*” başlıklı 4 üncü maddesi ile “*İç ve Dış Ambalajda Yer Alacak bilgiler*” başlıklı 10 uncu maddesi,

- Sağlık Beyanı ile satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 7/a, 7/c maddeleri;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **RGN Bilişim ve Pazarlama – Ufuk Kana** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2015/323**

**Şikayet Edilen: 3S Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.3skozmetik.com](http://www.3skozmetik.com) adresli internet sitesinde muhtelif kozmetik ürünler ve gıda takviyelerine ilişkin olarak yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.3skozmetik.com](http://www.3skozmetik.com) adresli internet sitesinin 09.03.2015 tarihli görünümünde **“İmuneks Q10 30 Kapsül”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Beta glukan bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı doğal bir maddedir. Antioksidan özelliği vardır. Kişinin kendini sağlıklı hissetmesini sağlayan ve bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı doğal beslenme desteği olarak kullanılır. Genel sağlığı ve beslenmeyi destekleyici olarak her gün kullanılabilir.”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, ayrıca söz konusu internet sitesinde yer verilen *“Amaçlanan faydaya göre CoenzymQ10 kullanım dozu 50-1000 mg/gün gibi geniş bir aralıkta bulunabilir. 1200 mg gibi yüksek dozlarda bile yapılan çalışmalarda ciddi yan etkilere rastlanmamıştır. Beta-glukanın bildirilen herhangi bir yan etki veya toksik etkisi yoktur. Beta glukan detaylı toksisite çalışmaları yapılmış doğal bir maddedir. ABD'de Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) tarafından 'genel olarak emniyetli tanımlanan' (Generally Recognized as Safe - GRAS) bir beslenme desteğidir. Bildirilmiş herhangi bir toksisitesi yoktur”* ifadelerine, ***“*Milupa Aptamil 2 1200 gr”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aptamil 2, IMMUNOFORTIS ilavesiyle bebeğinizin bağışıklık sistemini doğal olarak destekler. Özel patentli prebiyotik lif karışımı olan IMMUNOFORTIS anne sütündeki prebiyotik lif karışımı esas alınarak hazırlanmıştır. Sadece Aptamil'de bulunan IMMUNOFORTIS, bilimsel olarak klinik araştırmalardan geçmiş ve onaylanmıştır. Ayrıca; içerdiği bu lifler sayesinde sindirimi kolaydır, yumuşak ve doğal bir dışkılama sağlar”*ifadelerine, **“Colgate Sensitive Pro-relief Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Colgate'in Sensitive Pro-Relief adlı ürünü diş hassasiyeti çekenlerin derdine derman olacak. Dişeti çekilmelerinde ve mine aşınmasında 'denti' denilen doku açığa çıkar ve sıcak, soğuk ya da hava ile temas ettiğinde anlık ağrı oluşur. Bu ürün ile tüpçüklerin üstü kapanıyor ve ağrı anında kesiliyor”* ifadelerine, **“Dermaplus Clarifying Pads 50”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gözenekleri sıkılaştırır, yağlanmayı dengeler, akneyi tedavi etmeye yardımcı olur. Folikül duvarlarının hücre yenilenmesini artırır. Foliküllere yağlar aracılığıyla nüfuz eden salisilik asit ciltteki kir, petrol ve* *yağların çıkarılmasını sağlar. Tıkanmış gözenekleri ve ciltteki hasarı azaltır. Ciltteki sebum dengesini sağlar”* ifadelerine ve **“Anne Sağlığı”, “Bebek Sağlığı”, “Cilt ve Vücut Bakımı”, “Makyaj Ürünleri”, “Saç Bakımı”, “El-Ayak Bakımı”, “Güneş Ürünleri”, “Cinsel Sağlık”, “Medikal”, “Parfüm-Deodorant”, “Sporcu Ürünleri”, “Ağız ve Diş”** başlıkları altında benzer nitelikte ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.3skozmetik.com](http://www.3skozmetik.com) adresli internet sitesinin 09.03.2015 tarihli görünümünde **“İmuneks Q10 30 Kapsül”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Beta glukan bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı doğal bir maddedir. Antioksidan özelliği vardır. Kişinin kendini sağlıklı hissetmesini sağlayan ve bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı doğal beslenme desteği olarak kullanılır. Genel sağlığı ve beslenmeyi destekleyici olarak her gün kullanılabilir.”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, ayrıca söz konusu internet sitesinde yer verilen *“Amaçlanan faydaya göre CoenzymQ10 kullanım dozu 50-1000 mg/gün gibi geniş bir aralıkta bulunabilir. 1200 mg gibi yüksek dozlarda bile yapılan çalışmalarda ciddi yan etkilere rastlanmamıştır. Beta-glukanın bildirilen herhangi bir yan etki veya toksik etkisi yoktur. Beta glukan detaylı toksisite çalışmaları yapılmış doğal bir maddedir. ABD'de Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) tarafından 'genel olarak emniyetli tanımlanan' (Generally Recognized as Safe - GRAS) bir beslenme desteğidir. Bildirilmiş herhangi bir toksisitesi yoktur”* şeklindeki ifadelerin ispata muhtaç olduğu,

Diğer taraftan, internet sitesinde yer alan ***“*Milupa Aptamil 2 1200 gr”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aptamil 2, IMMUNOFORTIS ilavesiyle bebeğinizin bağışıklık sistemini doğal olarak destekler. Özel patentli prebiyotik lif karışımı olan IMMUNOFORTIS anne sütündeki prebiyotik lif karışımı esas alınarak hazırlanmıştır. Sadece Aptamil'de bulunan IMMUNOFORTIS, bilimsel olarak klinik araştırmalardan geçmiş ve onaylanmıştır. Ayrıca; içerdiği bu lifler sayesinde sindirimi kolaydır, yumuşak ve doğal bir dışkılama sağlar”*ifadelerine yer verildiği, ancak prebiyotik bileşen içeren gıdaların tanıtımında, 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nde yer alan “Sağlık Beyanları ve Beyan Koşulları” başlığı altında belirtilen ifadelerin dışına çıkılmasının yasak olduğu, buna göre aynı Yönetmeliğin Ek-15’inde yer alan hükümler uyarınca prebiyotik bileşen içeren gıdaların tanıtımının yalnızca; ***“Prebiyotik bileşenler, sindirim sistemini düzenlemeye ve bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olan probiyotik mikroorganizmaların bağırsakta gelişimini ve yaşamını destekler”*** şeklinde yapılabileceği, bu nedenle anılan tanıtımlarda yer verilen ifadeler ile mevzuatta izin verilen beyanın dışına çıkılarak mevzuata aykırı biçimde reklam ve tanıtım yapıldığı,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde**“Colgate Sensitive Pro-relief Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen *“Colgate'in Sensitive Pro-Relief adlı ürünü diş hassasiyeti çekenlerin derdine derman olacak. Dişeti çekilmelerinde ve mine aşınmasında 'denti' denilen doku açığa çıkar ve sıcak, soğuk ya da hava ile temas ettiğinde anlık ağrı oluşur. Bu ürün ile tüpçüklerin üstü kapanıyor ve ağrı anında kesiliyor”* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Ayrıca, **“Dermaplus Clarifying Pads 50”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gözenekleri sıkılaştırır, yağlanmayı dengeler, akneyi tedavi etmeye yardımcı olur. Folikül duvarlarının hücre yenilenmesini artırır. Foliküllere yağlar aracılığıyla nüfuz eden salisilik asit ciltteki kir, petrol ve* *yağların çıkarılmasını sağlar. Tıkanmış gözenekleri ve ciltteki hasarı azaltır. Ciltteki sebum dengesini sağlar”* 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,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde **“Anne Sağlığı”, “Bebek Sağlığı”, “Cilt ve Vücut Bakımı”, “Makyaj Ürünleri”, “Saç Bakımı”, “El-Ayak Bakımı”, “Güneş Ürünleri”, “Cinsel Sağlık”, “Medikal”, “Parfüm-Deodorant”, “Sporcu Ürünleri”, “Ağız ve Diş”** başlıkları altında yer verilen kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı 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, 16 ncı, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **3S Kozmetik ve Sağlık Ürünleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2015/209**

**Şikayet Edilen:** **Malatya Kayısı Pazarı**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.malatyakayisipazari.com.tr](http://www.malatyakayisipazari.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Hel-Kim Kantaron Yağı Özlü Krem (HEMOROİD-BASUR)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Dıştan oluşan memeyi kurutur. Kılcal damarları ve memeyi yumuşatır. Meme oluşumunu önler. Kaşıntı, kanama ve şişkinliği bitirir.”* ifadelerine, **Hud Alıç Ekstraktı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bitkisel ve tedavi edici özelliğe sahip olan alıç meyvesinin özlerinden üretilen Hud Alıç Ekstraktı kalp damar hastalıklarını tedavi edici özelliğe sahiptir. Kan dolaşımını düzenler.”* ifadelerine*,* **“Ak İksir Bitkisel Sabun”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Kuru ciltlerin bakımında etkilidir. Cildin yumuşak ve pürüzsüz görünmesine yardımcı olur. Saçlara canlılık ve parlaklık kazandırır. Saçların güçlenmesini sağlayarak dökülmelerini önlemeye yardımcı olur”*ifadelerine ve muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda benzer nitelikte ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.malatyakayisipazari.com.tr](http://www.malatyakayisipazari.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Hel-Kim Kantaron Yağı Özlü Krem (HEMOROİD-BASUR)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Dıştan oluşan memeyi kurutur. Kılcal damarları ve memeyi yumuşatır. Meme oluşumunu önler. Kaşıntı, kanama ve şişkinliği bitirir.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, [www.malatyakayisipazari.com.tr](http://www.malatyakayisipazari.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Hud Alıç Ekstraktı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bitkisel ve tedavi edici özelliğe sahip olan alıç meyvesinin özlerinden üretilen Hud Alıç Ekstraktı kalp damar hastalıklarını tedavi edici özelliğe sahiptir. Kan dolaşımını düzenler.”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca, anılan internet sitesinde yer alan **“Ak İksir Bitkisel Sabun”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Kuru ciltlerin bakımında etkilidir. Cildin yumuşak ve pürüzsüz görünmesine yardımcı olur. Saçlara canlılık ve parlaklık kazandırır. Saçların güçlenmesini sağlayarak dökülmelerini önlemeye yardımcı olur”* ifadelerinin doğruluğunun bilimsel test/rapor ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanması gerektiği,

Bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde yer alan **“Bitkisel Ürünler”** ve **“Yöresel Ürünler”** başlıkları altında yer alandiğer ürünlere ilişkin tanıtımların da ilgili mevzuata uygun olmadığı ve tanıtımlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç iddialar olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**16)**

**Dosya No: 2014/1165**

**Şikayet Edilen: İsim Tescil İnternet Teknolojileri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ersagdogal.com adresli internet sitesinde yer alan *“****Ersağ Anti Selülit Bakım Losyonu”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“*www.ersagdogal.com**adresli internet sitesinin **11.04.2014** tarihli görünümünde yer alan;  *“****Ersağ* Anti Selülit Bakım Losyonu**” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ersağ* ***anti-selülit*** *losyonu selülitli ciltlere masaj desteğiyle uygulandığında selülitli görüntüyü azaltmaya yardımcı olur.. İçeriğinde kullanılan bitkiler neler? Deniz Yosunu****;******Anti oksidan ve anti aging etkisi vardır. Yağ erime fonksiyonunu harekete geçerir. İçerdiği iyot ve aminoasitler sayesinde metobalizmayı hızlandırır.*** *Sarmaşık Otu****;******Yaraların tedavisinde kullanılır. Karında ve bacaklarda toplanan suyun boşalmasında yardımcıdır. Zehirli hayvan sokmalarında faydalıdır. Romatizma ve mafsal iltihaplarında faydalıdır. Arpacık ve basur memelerinde faydalıdır****. Su Yosunu****;*** *A****,B1,B2,B6 ve C vitaminleriyle niyasin, iyot, potasyum, demir, magnezyum, ve kalsiyum mineralleri açısından zengindir. Deriye tırnaklara ve saça son derece yararlıdır. Cilde tazelik verir. Saçın hacmini ve direncini artırır.****”* İfadelerinin

Söz konusu internet sitesinin **17.04.2015** tarihli görünümünde yer alan; ***“*Olgun Ciltler için Krem”** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda**; *“****Olgun Ciltler için Krem* *mevcut kırışıklıkların derinliğini azaltmaya, çizgilerin görünümünü hafifletmeye ve* ***yaşlanma belirtilerinin oluşumunu azaltmaya yardımcı olur.***” ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“*www.ersagdogal.com”**adresli internet sitesinin **11.04.2014** tarihli görünümünde yer alan;  *“****Ersağ* Anti Selülit Bakım Losyonu**” isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ersağ* ***anti-selülit*** *losyonu selülitli ciltlere masaj desteğiyle uygulandığında selülitli görüntüyü azaltmaya yardımcı olur.. İçeriğinde kullanılan bitkiler neler? Deniz Yosunu****;******Anti oksidan ve anti aging etkisi vardır. Yağ erime fonksiyonunu harekete geçerir. İçerdiği iyot ve aminoasitler sayesinde metobalizmayı hızlandırır.*** *Sarmaşık Otu****;******Yaraların tedavisinde kullanılır. Karında ve bacaklarda toplanan suyun boşalmasında yardımcıdır. Zehirli hayvan sokmalarında faydalıdır. Romatizma ve mafsal iltihaplarında faydalıdır. Arpacık ve basur memelerinde faydalıdır****. Su Yosunu****;*** *A****,B1,B2,B6 ve C vitaminleriyle niyasin, iyot, potasyum, demir, magnezyum, ve kalsiyum mineralleri açısından zengindir. Deriye tırnaklara ve saça son derece yararlıdır. Cilde tazelik verir. Saçın hacmini ve direncini artırır.****”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu internet sitesinin **17.04.2015** tarihli görünümünde yer alan; ***“*Olgun Ciltler için Krem”** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda**; *“****Olgun Ciltler için Krem* *mevcut kırışıklıkların derinliğini azaltmaya, çizgilerin görünümünü hafifletmeye ve* ***yaşlanma belirtilerinin oluşumunu azaltmaya yardımcı olur.***” ifadelerinin 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.ersagdogal.com* adlı internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta yer alan kozmetik tanımını aşan 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;

-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 **İsim Tescil İnternet Teknolojileri A.Ş** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2014/1170**

**Şikayet Edilen: Zeynep KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.n11.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Ersağ Anti Selülit Bakım Losyonu”*** ve ***“Ersağ Anti Akne Sivilce Losyonu”***isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *www.n11.com*** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***Ersağ Anti Akne Sivilce Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“Ersağ******Anti Akne******Sivilce Losyonu****. Yoğun sivilce ve akne sorunu olan ciltler için özel formüle edilen bir ürünümüzdür. Düzenli kullanımda* ***sivilce ve aknelerin temizlenmesine yardımcı olur****.”* ifadelerine ve

***“Ersağ Anti Selülit Bakım Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ersağ anti-selülit losyonu, selülit sorunu olan kişiler için özel formüle edilmiştir. Düzenli olarak kullanıldığında selülitlerin görünümünün azalmasına yardımcı olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“*www.n11.com*** adresli internet sitesinin **16.03.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***Ersağ Antiakne Sivilce Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Ersağ* ***Antiakne*** *Sivilce Losyonu. Yoğun sivilce ve akne sorunu olan ciltler için özel formüle edilen bir ürünümüzdür. Düzenli kullanımda* ***sivilce ve aknelerin temizlenmesine yardımcı olur****.”* ifadelerine ve

***“Ersağ Anti Selülit Bakım Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ersağ anti-selülit losyonu, selülit sorunu olan kişiler için özel formüle edilmiştir. Düzenli olarak kullanıldığında selülitlerin görünümünün azalmasına yardımcı olur.”* 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.n11 com* adlı internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta yer alan kozmetik tanımını aşan nitelikte değerlendirildiği,**

Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

**-** 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 ıncı ve 32 inci maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**18)**

**Dosya No: 2014/1869**

**Şikayet Edilen: A.C.A. Group İtriyat Deposu San. Ve Tic. Ltd. Şti**.

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

**Reklam Yayın Tarihi**: 29.01.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *www.n11.com*** adresli internet sitesinin **29.01.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Hair Reducing Body Lotion cilt tahrişini önleyerek, tüylerinizden kurtulmanıza yardımcı vücut losyonu. 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 Anti Selülit”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Comed* ***Anti Selülit*** *Losyon. Cosmed Selülit Sorunlarında Yardımcı Losyon içerisinde bulunan* ***% 100 bitkisel etken madde PHYTOSONICTM****, portakal kabuğu görünümüne sebep* ***olan yağ hücrelerini kontrol altına alarak yağların serbest kalmasını sağlar.******Serbest kalan yağ, lenf yoluyla vücuttan atılır****.* *Cildin yüzeyine yakın olan yağ hücrelerinin* ***vücuttan atılmasıyla ileri seviyedeki selülit görünümü giderilir****. Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı* ***ile yeni selülit oluşumunun önüne geçer. Kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına yardımcı olur. Baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacmini azaltır.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***www.n11.com*** adresli internet sitesinin **29.01.2015** tarihli görünümünde yer alan;  ***“Cosmed Tüy Azaltıcı Vücut Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda;***“****Hair Reducing Body Lotion cilt tahrişini önleyerek, tüylerinizden kurtulmanıza yardımcı vücut losyonu. 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 Anti Selülit”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Comed* ***Anti Selülit*** *Losyon. Cosmed Selülit Sorunlarında Yardımcı Losyon içerisinde bulunan* ***% 100 bitkisel etken madde PHYTOSONICTM****, portakal kabuğu görünümüne sebep* ***olan yağ hücrelerini kontrol altına alarak yağların serbest kalmasını sağlar.******Serbest kalan yağ, lenf yoluyla vücuttan atılır****.* *Cildin yüzeyine yakın olan yağ hücrelerinin* ***vücuttan atılmasıyla ileri seviyedeki selülit görünümü giderilir****. Cildin alt tabakalarına hızlı ve derinlemesine işleyen yapısı* ***ile yeni selülit oluşumunun önüne geçer. Kan dolaşımını arttırarak cildin sıkılaşmasına yardımcı olur. Baldır ve dizlerdeki yağ kalınlığı ve hacmini azaltır.”*** 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.n11.com* adlı internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta yer alan kozmetik tanımını aşan 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 **A.C.A. Group İtriyat Deposu 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.

**SAĞLIK**

**19)**

**Dosya No: 2014/1080**

**Şikayet Edilen: Yasin KARACA (Yeşil Şifa Mehmet İlter Bahadır)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Hastaların öncesi/sonrası fotoğraflarına yer verilen [www.mehmetilteberbahadir.com](http://www.mehmetilteberbahadir.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda **“*Sedef kesinlikle tedavi edilebilir bir hastalıktır. Cilt bakım kürü uygulamaları tüm hassas ciltler için uygulanabilecek özel bir metottur. Tarihten bugüne kadar çeşitli uygarlıkların cilt bakımlarında kullandıkları kil-çamur banyosu, katran uygulamaları, ılık* *süt banyoları, himalaya mineralli tuz banyoları gibi tüm uygulamaları içerir. Cilt bakım kürünü* *evlerimizde banyolarımızda rahatlıkla uygulayabilirsiniz. Özel cilt bakım kürü uygulamaları sayesinde* *hassas ciltlere kimyasallardan arındırılmış doğal bir bakım yapılır. Kür ile birlikte; ciltteki eksik* *mineral ve vitaminler yerine konur. Cildin pH ve yağ dengesi düzenlenir. Cilde protein ve Amino asit* *desteği sağlanır. Ciltteki kollejen dokunun gelişmesini sağlar. Cildin tamiral mekanizmalarında en* *önemli rolü gerçekleştirir. Lezyonlarda kür uygulandıktan sonra birçok doku geliştirici faktör ortama* *sağlanır. Kürdeki esas etki dokuları hızla onarmaktır. Gerek sedef-egzama lezyonlarına sahip hastalara,* *gerekse iktiyozis veya geçmeyen mantar hastalarının doku ciltlerine hasar vermeden kolayca* *uygulanabilir. Özel cilt bakım kürü uygulayıcıları olarak bize başvuran kişilerdeki psikoloji kendilerinin* *hiçbir zaman iyileşemeyeceği yönündedir. Bizim sizden istediğimiz sadece kürü banyonuzda düzenli* *olarak kullanmanızdır. Himalaya tuzu, zeolitli şampuan ve maskenin kullanımıyla beraber, hem* *saçlarınızdaki hem de vücudunuzdaki lezyonlara derin bir cilt bakımı yapmaktayız. İkinci olarak* *uygulayacağımız yeşil ve siyah termal sabunlar sayesinde lezyonlarınızın aktifliği ortadan kalkacak kırmızı-pembeden, kahverengi mor renge dönüşecektir. Altı haftalık termal sabun kür uygulamasından sonra beyaz mineralli cilt bakım sabunu kullanmanız bizim için çok önemlidir. Bu sayede ciltteki hassas bölgeler çok hızlı bir şekilde kapanır, hem de lezyonların tekrarlama nüksetme ihtimali azalır. Bu şekilde arada sırada çıkan küçük tek tek lezyonlarda ortadan kalkacak, mutlu yepyeni bir yaşam sizin olacaktır. Özel cilt bakım kürü tüm hassas ciltler için uygulana bilecek özel bir metottur. Tarihten bugüne kadar çeşitli uygarlıkların cilt bakımlarında kullandıkları kil-çamur banyosu, katran uygulamaları, ılık süt banyoları, himalaya mineralli tuz banyoları gibi tüm uygulamaları içerir. Özel cilt bakım kürünü evlerimizde, banyolarımızda rahatlıkla uygulayabilirsiniz. Özel cilt bakım kürü uygulamaları sayesinde hassas ciltlere kimyasallardan arındırılmış doğal bir bakım yapılır.”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesindeki ifadeler ile sedef hastalığının tedavisi için özel bir metot olarak cilt bakım kürünün önerildiği ve bu uygulamanın yapılabilmesi için anılan sitede doktor olduğu iddia edilen Mehmet İlteber Bahadır isimli şahsa yönlendirme yapıldığı,

Diğer taraftan anılan internet sitesinde söz konusu cilt bakım kürünün uygulandığının iddia edildiği hastaların görüntülerine ve hafta hafta iyileşme süreçlerine ilişkin açıklamalara yer verildiği, dolayısıyla bahsi geçen hususların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 inci, 8 inci ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Yasin KARACA (Yeşil Şifa Mehmet İlter Bahadır)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2014/357**

**Şikayet Edilen:** **İstanbul Aydın Üniversitesi Ağız ve Diş Sağlığı Uygulama ve Araştırma Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Ağız ve Diş Sağlığı Haftası Kutlu Olsun”*** ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2013

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Hürriyet Gazetesi'nin Kasım 2013 tarihli nüshalarında yer alan söz konusu kuruluşa ait tanıtımlarda; *“ (...) Ağız ve Diş Sağlığı Haftası Kutlu Olsun. Ağız ve Diş Sağlığı Haftası adına 'Toplumu Bilinçlendirme Projemiz Başladı!' 21-27 Kasım 2013 tarihleri arasında Sapphire AVM, Kale AVM ve Airport AVM'deyiz. Hayata sağlıklı gülümsemeniz için...(...)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hürriyet Gazetesi'nin Kasım 2013 tarihli nüshalarında yer alan söz konusu kuruluşa ait tanıtımlar ile sağlık alanında hizmet veren mezkur kuruluş lehine talep yaratıldığı, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 40 ıncı maddesi,

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

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İstanbul Aydın Üniversitesi Ağız ve Diş Sağlığı Uygulama ve Araştırma Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2014/1484**

**Şikayet Edilen:** **David Alp YOLTAY**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2014, 29.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 19.11.2014 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Ben David Alp Yoltay.Sitemizde Dr. Ofelya Cabral’ın 24 yıllık bilgi ve tecrübe birikimi ile sizler için hazırlanan tv programları videolarını paylaşıyorum.Hiç kimsenin sorusu içinde cevapsız kalmasın diye.Bizi daha yakından tanımak isterseniz iletişim bölümünden bize ulaşabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği; ayrıca, *“Hayatı zorlaştıran psikolojik sorunlara karşı siz de hipnoz Cd’lerini deneyin.Depresyon, panik atak, sosyal fobi, başarısızlık, tikler ve çok daha fazlasına son için.www.hipnoz-cdleri.com”* ifadeleri ile tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen rahatsızları tedavi ettiği iddia edilen Cd’lerin satın alınması için tüketicilerin yönlendirildiği,

-*“Artık panik atak yok, Türkiye’de panik atak hastalarının oranı, Panik atak tedavisi, Panik atak için çözüm:Hipnoz Cd’leri, Duygusal özgürleşme tekniği, Nasıl panik atak olduğumu anlarım, Kalp krizi mi panik atak mı nasıl anlarız, Kalp çarpıntısı ve nefes darlığı panik atak sebebi olabilir, Bir panik atak hastasına nasıl yaklaşılmalı, Grup terapisi ile panik ataktan kurtulmak, Panik atak belirtileri, Panik atak ve tedavi yöntemi, Panik atak krizi geçirmiş olabilirsiniz, Panik atak nedir, Stres ve panik atak arasında bağlantı var mı, Asıl sorun nereden kaynaklanıyor, Depresyonla baş etmek mümkün, Panik atağı olan kişiler neler yapmalı, Ansızın ortaya çıkan panik atak nedir, Panik atak hastalığı ve gerekli önlemler”* başlıkları altında; “depresyon, panik atak” gibi tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen rahatsızlıklara ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

-“Ziyaretçi Defteri” başlığı altında; tedavi edildiği iddia edilen hastaların tecrübesine dayanılarak, uygulanan yönteme ve Dr. Ofelya Cabral’a yönelik olarak teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği,

-“Ansızın Ortaya Çıkan Panik Atak Nedir, Panik Atak Hastalığı Ve Gerekli Önlemler, Panik Atağı Olan Kişiler Neler Yapmalı?” başlıkları altında yer alan iletişim bilgilerinde, Dr. Ofelya Cabral’a ait iletişim bilgileri ile muayene gün ve saatlerine yer verildiği,

Aynı internet sitesinin 29.06.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Ben David Alp Yoltay.Sitemizde Dr. Ofelya Cabral’ın 24 yıllık bilgi ve tecrübe birikimi ile sizler için hazırlanan tv programları videolarını paylaşıyorum.Hiç kimsenin sorusu içinde cevapsız kalmasın diye.Bizi daha yakından tanımak isterseniz iletişim bölümünden bize ulaşabilirsiniz.Görüşmek üzere.Hoşçakalın.”* ifadeleri ile “www.hipnoz-cdleri.com” alt başlığı altında; *“Sigaraya son Dvd Cd seti, Güle Güle Panik atak Dvd Cd seti”* nin tanıtımının yapıldığı,

-*“Panik atak belirtileri, Utangaçlıkla diz dize, Korku tüneli, Depresyonla baş etmek mümkün, Panik atağı olan kişiler ne yapmalı”* başlıkları altında, “depresyon, panik atak” gibi tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen rahatsızlıklara ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

-“Panik atağı olan kişiler ne yapmalı”başlığı altında; *“Panik atak tedavisi için iletişime geçin”,*

-“Söz Sizde” başlığı altında; tedavi edildiği iddia edilen hastaların tecrübesine dayanılarak, uygulanan yönteme ve Dr. Ofelya Cabral’a yönelik olarak teşekkür, övgü, tavsiye ve onay ifadelerine yer verildiği,

İnceleme konusu internet sitesinin 19.11.2014 ve 29.06.2015 tarihli görünümlerinde;

- “Panik atak tedavisi sonrası hayat”başlıklı video içeriğinde; *“Panik atağım varken bunu yapamazdım ama panik ataktan kurtulduktan sonra panik atak yüzünden yapamadığım her şeyi yapıyorum ve bunu herkes için diliyorum her panik ataklı için diliyorum çünkü panik atakla yaşamak zorunda değilsiniz ve panik ataktan kurtulduğunuzda yapmak istediğiniz her şeyi, panik atak yüzünden yapamadığınız her şeyi yapabilirsiniz.”,*

-“Panik atak tedavisi sonrası hayat-İlk balon uçuşu”başlıklı video içeriğinde; *“Panik atak tedavisinden önce böyle bir şey düşünemezdim hayal bile edemezdim.Benim için çok korkutucuydu ama şu an çok heyecanlıyım…neden sizin için de olmasın, panik atakla yaşamak zorunda değilsiniz ki.Panik atak tedavisinden sonra hayat çok güzel…sizi çok iyi anlıyorum, eğer birkaç yıldır panik atakla yaşıyorsanız, ümidinizi kaybetmiş olabilirsiniz.Özellikle 1 günde panik atağa son tedavisini duyduysanız benim gibi hiç inanmamışsınızdır ama biliyor musunuz panik atağın tedavisi var.Hem de 21 günde. 1 günde denmesinin sebebi, sadece 1 gün kliniğe gelmeniz yeterli.Sabah 9.30 ile akşam 17.00 arası.Ondan sonra 21 gün evde uygulayacağınız tedavi ile panik atağı tamamen hayatınızdan çıkarabilir, benim gibi çılgın şeyler yapabilirsiniz…kalbinizde ne varsa, ne yapmak istiyorsanız ve panik atak sizi durduruyorsa biliyorsanız çaresi var.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi ile Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği,

Diğer taraftan, sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, tabiplerin ve diş tabiplerinin sadece isimlerini, Tıpta Uzmanlık Tüzüğü’ne göre kabul edilmiş olan ihtisaslarını, akademik unvanlarını, hasta kabul ettikleri mahal ile muayene saatlerini bildiren ilanlar verebilmeleri mümkün iken; **bunun haricinde her ne surette olursa** olsun reklam ve ilan vermelerinin çok açık ve kesin biçimde yasak olduğu;

Yine, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, tabi bulundukları mevzuat gereği, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer verilemeyeceği,

dikkate alındığında, inceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan şahsın tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren meslektaşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; ayrıca, sağlık meslek mensupları tarafından dahi talep artırıcı ve kendilerini övücü tanıtım yapılamaz iken, "sağlıklı yaşam koçu" olan şahsın Dr. Ofelya CABRAL lehine talep yaratmaya yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; bu durumların da tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu’nun 64 üncü maddesi,

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8, 24 ve ek 13/a 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 Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

-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, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı yönetmelik ekinin 4 ve 8 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2015/124**

**Şikayet Edilen:** **CTG Özel Sağlık Hizmetleri Turizm ve Ticaret Limited Şirketi (Özel CTG Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Anılan internet sitesinin 02.04.2015 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“Gülüşünüz size özeldir, yüzünüze uygun olduğu kadar karakterinizle de uyumlu ve doğal olmalıdır.* *Özel CTG İzmir Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi, uzmanlığını sadece ağız ve diş sağlığı alanında geliştirmiş ve(…)Hekimlerimiz sorularınızı deneyimleri ışığında en kısa sürede cevaplandıracaktır.”,*

-“Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi” başlığı altında; *“İlerleyen teknolojinin sunduğu en yeni materyaller ile çene yapınıza en uygun implantın seçimi hakkında uzman hekiminiz sizi bilgilendirecektir.(…)Genelde İmplant Uygulamaları malzemeden kaynaklanan herhangi bir başarısızlık durumunda , sorunlu implant yenilenerek kemik yapısının uygun olması halinde ücretsiz olarak yeniden cerrahi işlemle problemin giderilmesi hekimler tarafından sağlanmaktadır.(…)* *Ancak günümüzde gelişen teknoloji sayesinde bu uyumsuzluklar çok kolay bir şekilde düzeltilebilmekte, dolayısıyla rahatsızlık veren bir durum olmaktan çıkmaktadır.”,*

-“İmplant Nedir?” başlığı altında; *“Total protezler artık dişsiz ağızların tek şansı olmaktan çıktı.(…)* *Titanyum, doku uyumu mükemmel olan, yüzyıllardır tıbbın birçok alanında güvenle kullanılan bir metaldir.(…)* *Günümüzde implantlar tartışmasız olarak doğal dişe en iyi alternatiftir.(…)* *Günümüzde piyasa da mükemmele çok yakın, 35 yıllık klinik takipleri bulunan implantlar(…)İmplant, doğal dişin yerine geçen bir özel uygulama olarak, diş kayıplarının yol açacağı her türlü soruna kesin ve en sağlıklı çözümü getirmektedir.”,*

-“Diş Beyazlatma” başlığı altında; *“(…)Hızlı Beyazlatıyorum iddialarına dikkat!Bu sektörde sonuçlar en önemli şeydir. İyi sonuçlar veremiyorsanız, başarılı olamazsınız ve zaman içinde işinizi sonlandırmanız gerekir. Dünyadaki tüm farklılığı yaratan sonuçlardır.“15 dakikada diş beyazlatıyoruz” sözlerinden sakınız. 2-3 diş beyazlatma seansı ile (15’er dakikalık) gerçekleştirilen profesyonel yöntemlere kıyasla, “Hızlı Beyazlatma” olduğu iddia edilen yöntemin sonuçları her zaman başarısızdır. Eğer daha önce dişlerinizi beyazlattıysanız, 15 dakikalık seans sonunda bazı sonuçlar elde edeceğinizi biliyorsunuzdur, ancak bu sonuçlar sadece diş gözeneklerinin açılması ile elde edilir ve etkileri uzun süreli olmayacaktır.En iyi ve en uzun süreli sonuçları elde etmek için gerçekten de 2-3 seans profesyonel diş beyazlatma uygulaması almalısınız. Bunun sebebi beyazlatıcı maddenin diş minesini geçip, alttaki lekeli dentin tabakasına ulaşmasının zaman almasıdır. Dentin, dişlerinize doğal kemik veya beyaz rengi veren maddedir.(…)”,*

-“Röntgen ve Görüntüleme” başlığı altında; *“(…)ve maximum verimde görüntüleme sağlayan üstün bir teknolojidir.(…)sorunlarının kolayca görüntülenmesini sağlar.(…)* *CBCT’nin Yararları:Konik Huzme Işıklı Dental tomografi, kafatası ve yüze ait alanda özellikle kemik ve sert dokuyu değerlendirmek için kullanılan en iyi yöntemdir. Konveksiyonel CT’nin aksine, CBCT özellikle bu bölgelerin görüntülenmesi için tasarlanmıştır. CBCT yazılımı özellikle pre-set parametreleri kullanarak en iyi açılardan görüntüyü yakalamayı hedeflemiştir. Ayrıca SimPlant (Materialis euven, Belçika) ve Nobel Biocare(İsveç) gibi maxilla-çene görüntüleme yazılımları ile uyumlu çalışmak için geliştirilmiştir ve konveksiyonel CT’ler ile karşılaştırırsak bir çok önemli avantaja sahiptir.(…)* *fakat daha az oranda olur ve sonuç olarak daha yüksek kaliteli görüntüler ortaya çıkarır.”,*

-“Estetik Diş Hekimliği” başlığı altında; *“Gülüşünüz size özeldir, yüzünüze uygun olduğu kadar karakterinizle de uyumlu ve doğal olmalıdır.Sağlıklı dişler ve cevre dokuları, daha güzel bir gülümsemenin en önemli etkenleri olup, Estetik Diş Hekimliğinde ön plana çıkmıştır. Sitemizde detaylarını göreceğiniz tedavi teknikleriyle, hastalar sağlığına kavuşabilmekte, rahatça tebessüm edebilmektedirler.Son yıllarda diş hekimliğinde yaşanan gelişmelerin yanı sıra yeni sistemlerin kullanımıyla, diş ve dişeti problemi olan hastaların sorunları çok daha kısa zamanda ve mükemmel sonuçlar elde edilerek çözülebilmektedir. Uzman Hekimizden Proselen Lamine , Metal Destekli Kron ve Kopruler , Zirkonyum , Inlay/Onlay uygulamalari hakkinda detayli bilgi alabilirsiniz.”,*

-“Lazer Uygulamalar” başlığı altında; *“(…)Lazer diş hekimliği, genelde tedavi süresini kısaltarak, daha az zahmet ile daha başarılı sonuçlar alınmasını sağlayarak diş tedavi korkusu olan her yaş grubu hastanın tedavisinde büyük kolaylıklar sağlamaktadır.Lazerin en büyük avantajı, çalışırken rahatsız edici sesler çıkarmaması, titreşim meydana getirmemesi, dolayısıyla hastanın korku duymasının ve bu korkuya bağlı olarak ağrı duymasının engellenmesidir. Ayrıca çoğu zaman anesteziye gerek duyulmaması nedeniyle iğne yapılmaması, diş eti ve kist operasyonlarında daha az kanama olması, çalışılan bölgede lazer ışını nedeniyle steril bir ortam oluşturarak iyileşmenin daha hızlı olması, tedavilerden sonra hassasiyet ve ağrı oluşmamasıdır.”* 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 **CTG Özel Sağlık Hizmetleri Turizm ve Ticaret Limited Şirketi (Özel CTG 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.

**23)**

**Dosya No: 2015/631**

**Şikayet Edilen:** **Herion Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Özel Herion Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2015, 17.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.herionpoliklinigi.com](www.igh.com) adresli internet sitesinin 04.06.2015 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *“Güzelliğinizi keşfedin.Plexr uygulaması Ankara’da ilk defa polikliniğimizde.Herion’da güzelliğinizi keşfedin.Koltuk altı terlemesinin tedavisinde Botox.Bu yaz sizi terletmesin.”*,

-“Hizmetlerimiz-Plexr Uygulaması” başlığı altında; *“Plexr Soft Surgery Plasma enerjisi kullanarak cildin en üst tabakasında yaptığı değişiklikler ile etkili olan çok yaygın olarak kullanılan özel bir uygulamadır… Plasma enerjisi sayesinde genellikle 1 seans da bazen 30 gün aralarla yapılacak kontrollerde birden fazla seans ile herhangi bir kesi veya iz olmadan arzu edilen sonuca ulaşılabilmektedir… Ameliyatsız göz kapağı estetiği işlemi zor, zahmetli, ağrılı bir uygulama değildir. Plazma enerjisi ile cilt temizleme-yenileme veya plazma enerjisi ile ameliyatsız üst göz kapağı estetiği uygulaması da yapılabilmekte.15 yıldır Avrupa’da yaygın olarak kullanılan, birçok estetik cerrahi işleme alternatif olarak uygulanan CE belgeli bir uygulamadır.”* ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği,

-“Hizmetlerimiz-Plexr Uygulaması Avantajları Nelerdir?” başlığı altında; *“Uygulama kolay ve kısa süreli,* *Pansuman gerektirmiyor, Günlük yaşantıya engel olmuyor.”,*

-“Hizmetlerimiz-Plexr Uygulama Fiyatı” başlığı altında; *“Cerrahi birçok işleme göre ise çok daha makul.”,*

-“Hizmetlerimiz-Ozon Tedavisi” başlığı altında; *“Tüm bu durumlar göz önüne alındığında,vücudumuzu bu toksinlerden arındırmanın en güzel yolu güçlü bir bağışıklık sistemine, güçlü bir antioksidan sisteme ve iyi oksijenlenmiş bir kana sahip olmaktır. Bunun da en etkili yolu Bunun da en etkili yolu ozon-oksijen tedavisidir.EĞER BU SORUNLARI YAŞIYORSANIZ:Ne kadar uyursanız uyuyun, dinlenemiyorsanız, Yıl içerisinde çok sık hastalanıyorsanız, Bazı konuları hatırlamakta güçlük çekiyorsanız, Cinsel fonksiyonlarınızda azalma veya isteksizlik varsa, Konsantrasyon bozukluğu yaşıyorsanız, Yoğun stres altında yaşıyorsanız, Düzgün beslenemiyor ve vücut direnciniz kırılmışsa, mutlaka ozon-oksijen tedavisine ihtiyacınız vardır.”,*

-“Hizmetlerimiz-Kozmetik Akupunktur” başlığı altında; *“Kozmetik Akupunktur, etkili, cerrahi olmayan ve yaşa ait etkileri azaltan bir yöntemdir…Kozmetik Akupunktur un en önemli özelliği, tamamen doğal bir yöntem olması ve hiçbir yan etkisinin bulunmamasıdır.”,*

-“Hizmetlerimiz-AWT” başlığı altında; *“(…)etkili sonuçları sayesinde son günlerde hızla yükselen bir trendle selülit ve bölgesel zayıflama tedavisinde zirveye yerleşti…AWT konforlu ve acısız bir uygulamadır…öğlen arası uygulaması olarak nitelendirebileceğimiz bu tedavi ile kişi günlük yaşamından geri kalmıyor.”,*

-“Hizmetlerimiz-Ultrasound” başlığı altında; *“(…)istenmeyen görünümü iyileştirmek için kullanılan güçlü bir sistem.”,*

-“Hizmetlerimiz-Saç Ekimi” başlığı altında; *“Çağdaş cerrahi teknolojileri sayesinde saç ekimi ile son derece doğal görünümler elde edilebilmektedir. Bu sayede saç kaybına bağlı kişide oluşabilecek psikolojik travmalar ve sosyal yaşamdan uzaklaşma saç nakli ile düzeltilerek bireyin kendini daha güçlü hissetmesi sağlanabilmektedir.”,*

-“Hizmetlerimiz-Fue Tekniği ile Saç Ekimi” başlığı altında; *“Cerrahi bir girişim olmadığı için hastalar daha rahat karar vermekte ve bu tekniği tercih etmektedirler…Ücretlendirme konusunda hastalarımıza gerçek graft sayılarını yapılan ön muayenelerde tam sayı olarak bildirmek süretiyle surpriz bütçelerle karşılaşmalarını önlüyor , gerçekte ihtiyaçları olan graftlerle doğal saçlarına kavuşturuyoruz Hastalarımızın gerekli görmeleri halinde Daha once saç ekimi yapılmış hastalarımızın ropörtajlarını seyrettirme veya birebir görüşme olanağı sağlayarak kafanızda kalabilecek sorulara yanıt bulmanızı sağlıyoruz. İstanbul Şişli Hair Center Kliniğimizde ücretsiz saç muayenesi ve İstanbul Hair Center konukseverliği için sizleri bekliyoruz…Profesyonel bir ekip tarafından yapıldığında saç ekimi çok iyi sonuçlar verir.Ömür boyu uzayan saçlar insanın görünümünü değiştirdiği gibi psikolojisine de çok olumlu etkilemektedir.Saç Ekimi yetenek, görsellik ve tecrübe gerektirdiğinden özellikli bir bilimsel sanattır.Sağlıklı bir şekilde uzayan, doğal saçlara kavuşan insanların kendine olan güveni de artmaktadır.”,*

-“Hizmetlerimiz-Kaş ve Kirpik Ekimi” başlığı altında; *“Kaş ekimi işlemi kliniğimizde yaptığımız en sık uygulamalardan bir tanesidir…Eğer lokal bir alanda kaş dökülmesi mevcutsa işlem 30 dk gibi bir sürede başarı ile sonlandırılır ve sonuçlar çok yüz güldürücü olmaktadır…Kaş ekimi işlemi ağrısız lokal anestezi yöntemiyle ve 1-2 saat gibi kısa bir zamanda yapılan, sonuçları çok tatmin edici bir kıl kökü nakli işlemidir.”,*

-“Hizmetlerimiz-Saç Ekimi Standart Koşulları Nelerdir?” başlığı altında; *“En önemlisi saç ekimini yürütecek olan doktorun tecrübeli olması, üst düzey operasyonlara katılmış olması gerekir.”,*

-“Hizmetlerimiz-Saç Mezoterapisi” başlığı altında; *“İstanbul Hair Center, saç mezoterapisinde, saçın ihtiyacı olan vitamin, mineral ve eser elementleri içeren özel serumlar direkt olarak saç kökünün yer aldığı derinin orta tabakasına enjekte edilir.”,*

-“Hizmetlerimiz- Mezoterapi” başlığı altında; *“İstanbul Hair Center, saç mezoterapisinde, saçın ihtiyacı olan vitamin, mineral ve eser elementleri içeren özel serumlar direkt olarak saç kökünün yer aldığı derinin orta tabakasına enjekte edilir.”,*

-“Hizmetlerimiz- Prp Tekniği” başlığı altında; *“Özellikle yüz gençleştirme ve saç dökülmesinin önlenmesi tedavilerinde ozon tedavisi ile kombine kullanıldığında çok başarılı bir ikili oluşturmaktadır…Bu sayede yüz kırışıklıkları ve saç dökülmesi için kozmetik ürünlere vermekte olduğunuz yüksek faturalardan kurtulmuş ve yüzeysel kullanılan ürünlere göre çok daha etkili bir sonuç elde etmiş olursunuz…Kadın tipi saç dökülmesinde ve erkek tipi saç dökülmesinin erken evrelerinde çok iyi sonuçlar elde edilmektedir.”,*

-“Hakkımızda” başlığı altında; *“Kliniğimizde kullanılan cihazlar tamamen Amerikan Sağlık Bakanlığı FDA ve Türkiye Sağlık Bakanlığı onaylıdır. Teknolojiyi takip etmek, hastalarımıza karşı olan sorumluluğumuzdur. En son teknoloji ürünü cihazlar kliniğimizde mevcut olup uygulamalar doktor kontrolünde yapılmaktadır.Kullanılan ürünlerin organik olması, CE belgesi ve FDA onayı bizim olmazsa olmazlarımızdır.Tüm bu özellikleri arayan, sağlığına ve güzelliğine önem verenlerin buluştuğu bir sağlık kuruluşu olduğumuzu görmeniz dileğiyle, Güzelliğinize ve sağlığınıza açılan kapı.”* ifadeleri ile,

<www.facebook.com> adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait bulunan sayfada yer alan tanıtımlarda; *“Lazerle koltukaltı terlemesine son!Er-yağ lazer teknolojisi ile yapılan bu işlem için anesteziye gerek yok, ilaç almak zorunda değilsiniz.Hazırlık dönemi gerektirmeyen bu işlemde hastalar yaklaşık 5 dakika süren bu uygulamadan yaklaşık 24 veya 72 saat sonra terlemede azalma hissetmektedir. Bu görüntüden kurtulmak için zaman kaybetmeyin.Plexr ile 1 ayda inanılmaz kalıcı tedavi uzman hekimlerimiz ile Ankara’da ilk kez Özel Herion Polikliniği’nde hizmetinizde.Plexr uygulamaları Ankara’da ilk kez polikliğimizde hizmetinize girmiştir.Lazer ve Plazma Kinetik Teknoloji de en son ve Ankara’dqa ilk olma özelliği ile kendinizi faklı ghisedeceğiniz bir sağlık kuruluşu, tamamen doktor kontrolünde işlemler.Ankara’da ilk kez kliniğimizde hekimler tarafından uygulanmaktadır.Plexr ile leke tedavisi yeniden şekilleniyor.Lütfen Plexr leke tedavisini izlemeden leke tedavisi seçeneğinize karar vermeyin.Lazer epilasyon tazelik hissinin en kalıcı yolu.Polikliniğimizde 6 seans akupunktur tedavisi kısa bir süre için 480 TL bu fırsatı kaçırmayın.Akupunktur tedavisinde fırsatı kaçırmayın!Siz kampanyamızdan halen faydalanmadınız mı?Cevabınız hayır ise 114 Şubat’a kadar koltuk altı lazer epilasyon indirimli fiyat 6 seans 300 TL yerine 147 TL.Kaçırmayın.Koltuk altı lazer epilasyonda 154 Şubat sevgililer günü kampanyası Özel Herion Polikliniği’nde kaçırmayın.Sevgililer gününe özel botoks ve dolgu kampanyamız başlamıştıe.Botoks 600 TL yerine 650 TL Dolgu 750 TL yerine 500 TL Bu uygulamalarımızdan birini satın alan ilk 10 kişiye ücretsiz cilt bakımı hediyemiz olacaktır.Dolgu Güzel görünün güzel hissedin.İdrar kaçırma kaderiniz olmasın.Lazerle idrar kaçırma tedavisi Özel Herion Polikliniği’nde.Lazer tüm estetik uygulamalar için benzersiz performans ve mükemmel tedaviler.Fotona Fraksiyonel Lazer kırışıklıkları azaltmadan ve cilt lezyonları tedavisinden, her tip deride epilasyona ve damarsal lezyon tedavilerine kullanılabilecek en etkili lazer sistemidir.İşte Özel Herion Polikliniği’nde dolgu yaptırmanın farkı!Dudak ve ağız kenarları dolgusu öncesi ve sonrası yorum sizlerin.”* ifadeleri ile hasta öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

<www.twitter.com> adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait bulunan sayfada yer alan tanıtımlarda; *“Plexr uygulamalrı Ankara’da ilk kez Özel Herion Polikliniği’nde.Şok şok kampanya!Alexcandrate ile yapılan koltukaltı lazer 30 TL yapılmaktadır.Kampanyamız Eylül sonuna kadar geçerlidir.”* 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 **Herion Sağlık Hizmetleri Limited Şirketi (Özel Herion Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2015/633**

**Şikayet Edilen:** **Ekrem CİVAŞ (Civaş Estetik Kliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.lazerepilasyonankara.com](www.igh.com) adresli internet sitesinin 04.06.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Etkili ve güvenli lazer epilasyon ve bölgesel zayıflama için bir adım öndesiniz.”*,

-“Kadınlarda Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Tıbbi olarak kalıcı olanlazer epilasyon, hızlı olduğu kadar istenmeyen tüylerin alınmasında oldukça nazik bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır…Bikini bölgesiLazer epilasyon bikini bölgesi uygulamaları oldukça hızlı ve etkili olup kısa sürede yüz güldürücü sonuçlar vermektedir…Bacak bölgesi lazer epilasyonu estetik görüntü açısından oldukça popüler olup etkili sonuçlar vermektedir…Geleneksel yöntemler kalıcı olmayıp bezdiricidir. Kalıcı sonuçlar için lazer uygun seçenektir. Diğer tüm seçeneklerden daha ağrısız ve yan etkisizdir.”,*

-“Erkeklerde Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Göğüs bölgesi lazer epilasyon tedavisi ile bu bölgede etkili sonuçlar alınmaktadır. Ortalama 4-6 seansta başarılı sonuçlar elde edilebilmekle…Yanak kılları yok olunca daha kozmetik bir görüntü ile karşı karşıya kalacaksınız.”,*

-“Alexandrite Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Kısacası alexandrite lazer sisteminin mükemmel tasarımlarının tercih edilmesi gerekir. Sistemin teknolojisi etkinliğin yanında işlem esnasında ağrısız uygulamaları ayrıca mümkün kılacaktır.Ayrıca unutmamak gereken diğer bir husus en uygun lazer sisteminin kullanılmasına rağmen sorumlu doktorun bilgi, deneyim ve becerisi etkin ve güvenli epilasyon için diğer bir olmazsa olmaz koşuldur.”,*

-“Diode Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“Ağrıyı azaltmak için düşük enerji modülleri yerine işlem bölgesinde soğutma uygulanması ağrısız lazer epilasyon ile birlikte kalıcı kıl kaybını da güvenle sağlayacaktır. Ütüleme epilasyon yerine Diode lazerin normal dalga boyunun kullanılması daha akılcı olacaktır.”,*

-“Nd Yag Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“…hastalarda yan etki potansiyelleri uzman ellerde yok denilecek azdır…İnce kıllarda daha yüksek enerjileri güvenle verebilme potansiyellerine sahiptir.”,*

-“Kavitasyon ile Zayıflama” başlığı altında; *“Teknoloji ise bu ihtiyaçları karşılamak üzere odaklanmış ve son dönemde hasta uyumu ile birlikte etkin sonuçlar alınabilen sistemler üretilmiştir…Böylece vücut şekillendirme yöntemi olan kavitasyon sistemlerinin etkisin daha kalıcı olması sağlanabilir…Deneyimli ve konusunda uzman doktorlar ile yapılacak uygulamalar ile bir sorun oluşmayacağı belirtilmiştir…ve modern teknikler uygulandığında faydalı sonuçlar verebilir…kurtulmak isteyen erkekler de bu yöntem sayesinde ameliyat olmadan etkin sonuç elde edebilirler…Lipo-cav’ın diğer yöntemlerden en büyük farkı; uygulamaların ağrısız ve acısız olması, seanstan sonra hemen günlük yaşama devam edilebilmesi, bölgesel incelme uygulanan yerlerde herhangi bir morluğun söz konusu olmaması.”,*

-“Diğer Bölgesel İncelme Yöntemleri” başlığı altında; *“Ultrashape bölgesel zayıflama tedavisi, yağ hücrelerini parçalayarak etkili bir şekilde sonuç veren güvenli ve ameliyatsız bir vücut şekillendirme tedavisidir…Bunun yanı sıra çok kısa süren seanslarla istenilen sonuca ulaştıran bir yöntemdir. Herhangi bir iyileşme süreci yoktur ve takip gerektirmez. Cilt yüzeyi de düzgün ve pürüzsüz kalır.”,*

-“Lazer Epilasyon Merkezleri” başlığı altında; *“…alanında uzman Dermatolog ve Plastik cerrahlar tarafından yönetilmektedir. Ulaşmak için adresimizeiletişimsayfasına bakabilirsiniz. Estetisyenlerimiz 15 sene den fazla tecrübelidir. Tüm cilt tipleri ve renkleri (Afrikalı koyu tenden beyaz tene kadar) başarıyla lazerle epilasyon yapıyoruz.”,*

-“Lazer Epilasyon Nedir?” başlığı altında; *“Günümüzde bu durum değişmiş geliştirilmiş sistemler daha koyu cilt ve kıl tipine sahip bireylerde bile mükemmel sonuçlar sunmaktadırlar.Uzun süreli kıllarınızdan kurtulmak için Lazer Epilasyon Kliniği tarafından size iletilen tüm önerileri dikkatle uygulamalısınız. Çoğu lazer epilasyon web sitelerinde bilgiler güncellenmediğinden etkin sonuç alabilmek için doğru portre sunulmamaktadır. Bu web sitesiyle lazer epilasyon konusunda en güncel bilgilere ulaşabilirsiniz.”,*

-“ Lazer Epilasyon Zararlı Mıdır?” başlığı altında; *“Nd yag lazerin üstün teknolojisi ve derin dalga boyu sayesinde bronz tene ve siyah tene dahi güvenle uygulanabilir.”,*

-“Erkeklerde Lazer Epilasyon Yapılır Mı?” başlığı altında; *“…en iyi teknoloji olan Nd yag Cutera ile konforlu bir şekilde işlem yapılır.Deri yüzeyinde enerjiyi yaymadığı ve melanin ile pigment ayrımını yapabilen tek lazer olan Nd yag Cutera ile güvenli ve sağlıklı işlem yapılabilir.”,*

-“Lazer Epilasyon Yüzdeki Kıllara Kesin Çözüm Müdür?” başlığı altında; *“Yüzdeki kıllar daha derinde olduğundan derin nm olan nd yağ cutera ile işlem yapmak daha doğrudur, diğer ince tüyleri tetiklemez, cilt yüzeyini yakmaz, leke yapmaz çünkü deri yüzeyinde bulunan melalini okumaz bu özellik ancak nd yag cuterada bulunur bu özelliğinden dolayı en üstün teknoloji olarak bilinir.En kısa seanslarda etkli ve güvenli işlem yapılır.”,*

-“Lazerle Leke Tedavisi Nasıl Yapılır?” başlığı altında; *“…güneş hasarları için üstün bir tasarıma sahip olup tedavi edici enerji miktarlarını rahatlıkla sağlar…yaşlanmaya bağlı lekeler güvenli bir şekilde tedavi edilebilir.”,*

-“Kirpik Uzatma Nedir?” başlığı altında; *“Güzellik sektöründeki yenilikler sayesinde artık doğal görünen uzun ve güzel kirpiklere sahip olmak oldukça kolay…İpek kirpik uygulamasıyla rutin kontrol seansları sonrası uzun süreli doğal gözüken, güçlü ve dolgun kirpiklere sahip olursunuz…Kirpik kılı büyüme siklusunuza göre dayanıklılığı değişen ipek kirpik kullanımı oldukça rahat ve güvenlidir. Yüzerken, uyurken, egzersiz yaparken ya da duş alırken bile rahatlıkla kullanabileceksiniz.”,*

-“El Gençleştirme Nasıl Yapılır?” başlığı altında; *“son teknolojiler (limelight, Calsium apatit cristalleri ve hyalurinic asid) size yüzde sağladığı gibi ellerinizde de başarılı bir gençleşme sağlayacaktır…Limelight, seçici olarak lekelerin tedavisinde kullanılan etkili bir lazerdir…Her iki uygulamayı bir arada yaptırarak mükemmel çözüm sağlayın.Kliniğimiz size lazer ve dolgunluk kazandırıcı uygulama ile ellerinizde oluşan yaşlanma belirtilerinden hemen kurtulacağınız mükemmel bir çözüm sunacaktır.”* ifadeleri ile,

<www.facebook.com> adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait bulunan sayfada yer alan tanıtımlarda; *“Lazer epilasyon Ankara merkezimiz 2004 yılından bu yana lazerle epilasyon ve bölgesel zayıflama ve incelme konularında yüksek standartlarda hizmet vermektedir.”* ifadeleri ile klinikte sunulan hizmetlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde 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,

- 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 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 **Ekrem CİVAŞ (Civaş Estetik Kliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2015/636**

**Şikayet Edilen:** **Sevamed Güzellik Sağlık Kimya Tekstil Eğitim Taşımacılık San. Tic. Ltd. Şti. (Sevamed Lazer Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.sevamed.com](www.igh.com) adresli internet sitesinin 04.06.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“SevaMed Lazer ve Sağlıklı Yaşam Polikliniği”,*

-“Cilt Yenileme” başlığı altında; *“Kliniğimizde ‘Ultrasonic Rejuvunasyon ’ ile elastikiyetini ve canlılığını kaybetmiş, sarkmış, kırışık ciltlerin toparlanmasında ameliyatsız ve en son lazer teknolojilerine rakip bu yöntemle 30 dakikada yeni ışıltılı bir cilde sahip olabilirsiniz.”,*

-“Dolgu” başlığı altında; *“Yüz şekillendirmede ve kırışıklık tedavisinde deri altına enjekte edilerek kullanılan dolgu maddesi hyaluronik asit molekülü su tutma özelliğinden dolayı dolgunluk veren tamamen bitkisel kökenli biyolojik ve güvenli bir materyaldir.İdeal geçici dolgu maddeleri yan etkileri açısından güvenli, biyolojik olarak uyumlu, karsinojenik ve alerjik özellikler taşımayan güvenlik testlerinden geçirilmiş, iyi ve uzun süreli sonuç veren, kolay ulaşılabilir ve saklanabilir olmalıdır.”,*

-“Kimyasal Pealing” başlığı altında; *“Cildin yıpranmamış, sağlıklı olan tabakasını örten yıpranmış ve problemli olan tabakanın soyulmasını ve dökülmesini sağlayarak daha sağlıklı ve daha canlı bir tabakanın ortaya çıkarılmasıdır. Amaç istenmeyen deri problemlerinin ortadan kaldırılması ve yara iyileşmesi olarakta daha genç ve sağlıklı deri görünümünün oluşmasıdır.”,*

-“Blog Category/Yazılar” başlığı altında; *“Neden lazer epilasyon yaptırmalı:Diğer epilasyon yöntemlerine göre lazer epilasyonun konforu cildin pürüzsüzlüğü ve yumuşaklığı kıyaslanamaz.Batık kıl tedavisi tedavilerinde başarısı çok yüksektir.”* gibi ifadeler ile,

<www.facebook.com> adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait bulunan sayfada yer alan tanıtımlarda; *“Ultrasonic Rejuvenasyon ile cilt gençleştirme, yıllar geçsin ama siz hep genç ve sağlıkla kalın.Kliniğimizde Ultrasonic Rejuvenasyon ile elastikiyetini ve canlılığını kaybetmiş, sarkmış, kırışık ciltlerin toparlanmasında ameliyatsız ve en son lazer teknolojilerine rakip bu yöntemle 30 dakikada yeni ışıltılı bir cilde sahip olabilirsiniz.Kliniğimizde gençlik hareketleri başladı, yaş ilerledikçe olumsuz etkilenen cildimiz, kırışıklıklarımız, kazayağı çizgileri, göz altı morlukları, dudak çevresi kırışıklıkları, yıpranmış boyun ve dekolte, mat ve kuru cilt, ameliyatsız cilt gençleştirme uygulamaları ile doğal güzellik.Sizin için yapacağımız çok şey var, yeter ki ruhunuz yaş almasın.Etkin, güvenilir, hekim kontrolünde lazer epilasyon tedavileri. Ultrasonic Rejuvenasyon ile cilt gençleştirme işlemlerimiz başlamıştır, bu yöntemde kendi kollegeninizin uyarımı ve canlandırılması ile yılların izlerini geri alabiliyoruz.Sevamed güzelliğin sağlıklı bir cilt estetik vücut ve sağlam psikoloji ile bütünleştiğine inanmaktadır, bilimselliğin öncelikli olduğu son teknolojik cihazlar ve dermokozmetik ürünler ile estetik kaygılarınızı yok edecek hizmetler vermeyi amaçlar.”* gibi ifadeler ile,

<www.twitter.com> adresli sosyal paylaşım sitesinde kuruluşa ait bulunan sayfada yer alan tanıtımlarda; *“Ultrasonic Rejuvenasyon ile cilt gençleştirme, yıllar geçsin ama siz hep genç ve sağlıkla kalın. Kliniğimizde gençlik hareketleri başladı. Sizin için yapacağımız çok şey var, yeter ki ruhunuz yaş almasın. Etkin, güvenilir, hekim kontrolünde lazer epilasyon tedavileri.Yaza özel cilt canlandırıcı.En titiz estetik estetik dermal uygulamalar yaşa ve kişiye özel olmalıdır.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde 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,

- 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 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 **Sevamed Güzellik Sağlık Kimya Tekstil Eğitim Taşımacılık San. Tic. Ltd. Şti. (Sevamed Lazer Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2015/775**

**Şikayet Edilen:** **Gözmed Sağlık Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 05.06.2015 tarihli görünümünde; *“Hayatı gözlüksüz yaşayın.Gözlüksüz bir hayata başlamaya hazır mısınız? Yaşa bağlı yakın görme problemlerine son! Hayatı gözlüksüz yaşamanın keyfini çıkarın! Beni arayın!Supracor tekniği ile uygulanan Excimer Lazer Tekniği sayesinde hem uzak hem yakın görme sorununuz tek seansta güvenle düzeltilebilir…Supracor tedavisinden sonra gazete okurken, kol saatinize bakarken, cep telefonunuzda mesaj okurken, bilgisayar kullanırken gözlük ihtiyacı duymazsınız…Tedaviden sonra gazetenizi gözlüksüz okuyabilirsiniz, cep telefonunuzdan mesaj yazıp okuyabilirsiniz, kol saatinizi gözlüksüz görebilirsiniz, bilgisayarınızı rahatlıkla gözlüksüz olarak kullanabilirsiniz…Supracor yöntemiyle uzak ile yakın görme sorunu ilk defa aynı anda tedavi edilebilmektedir. Diğer yöntemlerde istenmeyen sapmalar oluşup uzak görüş bozulurken Supracor ‘da böyle bir risk bulunmamaktadır.Bu uygulama; 40 yaş üzeri yakın görme sorunu yaşayan ve gözlük kullanmak istemeyen, uzman göz hekimi tarafından yapılan ön ölçümler ile birlikte uygunluğu tespit edilen herkese 4-5 dakika gibi kısa bir sürede yapılabilmektedir.Supracor Excimer Lazer uygulamasıyla hastanın göz sağlığı korunarak gözlüğe ve lense bağımlılığı ortadan kaldırılıp daha konforlu bir hayat sunulmaktadır.Lazer ameliyatı, Supracor Excimer Lazer cihazı aracılığı ile miyop, hipermetrop ve astigmat gibi kornea kırma kusurlarını düzelterek net görmenizi sağlayan bir ameliyattır.Ameliyat için göz yapınızın uygunluğu, ayrıntılı bir göz muayenesi ile belirlenir. Bu muayene rutin bir göz muayenesi olmayıp son derece gelişmiş cihazlarla yapılır…Katarakt cerrahisinde kullanılan multifokal göziçi lensleri sayesinde hastalar uzak, orta ve yakın mesafeyi gözlüksüz olarak görmektedir. 40 yaşında başlayıp 45 yaşında daha belirgin olan prespiyopinin tedavisinde multifokal göziçi lensi kullanımı oldukça başarılı bir alternatiftir…Presbiyobi bir kırma kusuru olduğu kadar aynı zamanda insanları yaşlı gösteren estetik bir rahatsızlıktır. Örneğin spor yapan, genç ve sağlıklı bir birey olarak restorana gittiğinizde menüyü yakın gözlüğü takmadan okuyamamanız, size ve çevrenize yaşlılık hissi veren yaşam kalitenizi düşüren bir durumdur…Tedaviden sadece birkaç dakika sonra gazetenizi gözlükleriniz olmadan okumaya başlayabilirsiniz…Supracor binlerce kişiye uygulandı, alınan sonuçlar senelerce izlendi. Alınan sonuçlar, önde gelen ve ciddi bilimsel dergilerde yayınlandı ve tüm dünyadaki göz hekimlerinin büyük ilgisini çekti. Yüzlerce hekim, kendi ülkelerinde bu yöntemi uygulamaya başladılar. Seneler içinde, bu tedaviyi uygulayan hekim sayısı da, tedavi olan hasta sayısı da hızla arttı.Daha fazlası için bizime iletişime geçebilirsiniz…Gözlüksüz bir hayatı, yaşam boyu sürmenize olanak tanır.Yakın gözlüğü takam ve yaşlılığa ilişkin psikolojik etkilerden korur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken "excimer lazer" tekniğini öven, bu tedavi yöntemine yönelik talep yaratıcı nitelikte olduğu ve dolayısıyla ilgili mevzuata aykırı nitelikte değerlendirildiği; söz konusu tanıtımların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, ayrıca inceleme konusu internet sitesinde, kuruluşun türü (özel hastane, poliklinik, muayenehane, vs.), hangi alanda faaliyet gösterdiği bilgilerinin açıkça belirtilmediği; dolayısıyla, bu yönüyle tüketicilerin eksik bilgilendirildiği; tüm bu durumların;

- 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,

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

**27)**

**Dosya No: 2015/776**

**Şikayet Edilen:** **Özel İrismed Sağlık Hizmetleri San. Tic. A. Ş. (Özel Çağın Göz Hastanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2015, 16.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 05.06.2015 ve 16.06.2015 tarihli görünümlerinde;

- Ana sayfada; *“İlasik %100 lazerin hafifliğini yaşayın.Göz Testi:Eğer görme bozukluğunuz olduğuna inanıyorsanız bu test size fikir verebilir.Göz Hastalıkları:Göz hastalıkları ile alakalı tüm bilgileri bizden öğrenebilirsiniz.Son teknoloji lazer tedavisi İlasik.Lazer tedavilerinde son 20 yılın en önemli gelişmesi olarak yerini alan Bıçaksız Lazer:Intralase ilasik ile gözlükten kurtulma ameliyatları baştan sona bıçaksız lazerle yapılmaktadır.Multifocal ile gözlük ağırlığından kurtulun.”,*

- “Hakkımızda” başlığı altında; *“Çağın Göz Hastanesi, göz hastalıklarının, tetkik ve tedavileri konusunda Türkiye ve yurtdışından gelen hastalarına kaliteli hizmet sunmaktadır. Kendi alanında uzmanlaşmış hekim kadrosu ile tüm göz hastalıklarının tedavilerini ve tüm cerrahi müdahaleleri (Vitrektomi, Oküloplasti, Şaşılık, Katarakt.. vb.)tam teşekküllü ameliyathanelerinde son teknoloji ile gerçekleştirmektedir…* *Biz, göz hastalıkları alanında, doğru tanı ve tedavi hizmetlerinin yanı sıra, koruyucu tedaviye ve halkın bu konuda bilinçlenmesine de önem veren, en son teknolojileri kullanan, araştırmalar yapan, konforlu bir ortamda verdiği kaliteli ve güvenilir hizmet ile hastalarının memnuniyetini her zaman ön planda tutan bir sağlık kurumuyuz…* *Çağın Göz, geleceğin Türkiye' sinde; alanında eğitim veren, bilisel araştırmalar yapan,dünyadaki diğer kliniklerle gerçekleştirdiği bilgi ve teknoloji paylaşımlarıyla tıp dünyasına önemli katkılarda bulunan referans bir hastanedir…* *Çağın göz hastanesi, bilisel, etik ve deontolojik yaklaşımlara, eğitime ve hasta mutluluğuna önem veren, güler yüzlü, çalışkan, işini ve birbirini seven çalışanlarıyla sektöründe örnek olmuş kocaman bir takımdır.”,*

-“Medikal Kadromuz” başlığı altında; *“ Op. Dr. Zeynep Ülker Külekçi…10000’in üzerinde cerrahi vaka deneyimi bulunmaktadır.Op. Dr. Muharrem Sayıcı…7000’in üzerinde cerrahi vaka deneyimi bulunmaktadır.Op. Dr. Kürşat Çağın…25000’in üzerinde cerrahi vaka deneyimi bulunmaktadır.Op. Dr. Bekir Koç… 5000’in üzerinde cerrahi vaka deneyimi bulunmaktadır.Erkan Tırak…5000’in üzerinde cerrahi vaka deneyimi bulunmaktadır.”* ifadeleri ile,

- Ana sayfada; *“Multifocal ile gözlük ağırlığından kurtulun.”* başlığı altında yer alan görsel ile uygulanan tedavi yönteminin tabipler tarafından uygulanan gözlük tedavisinden daha iyi olduğunun ima edildiği 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 Yönetmeliği’nin 60 ıncı 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 **Özel İrismed Sağlık Hizmetleri San. Tic. A. Ş. (Özel Çağın Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2015/795**

**Şikayet Edilen:** **NM Estetik Saç Tasarım Danışmanlığı Güzellik Salonu Medikal Dış Tic. Ltd. Şti. (SO Estetik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 05.06.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *" Estetik&PlastikCerahi, Saç Ekimi, Podoloji, Psikolog, Diyet ve Fizyoterapi alanlarında danışmanlık hizmeti vermekteyiz. Sitede, ziyaretçilerini aydınlatmak amacıyla güzellik ve estetik amaçlı açılmış güzellik merkezlerinde yapılan işlemler ile ilgili ön bilgiler yayınlanmaktadır.Bu site kişileri bilgilendirmek amacı ile hazırlanmış olup, sağlık hizmeti vermemektedir.Magic Line İpleri ile ameliyatsız yüz germe ve sarkmaları toplamak çok kolay.İyi görünmek saçınızdan başlar* *",*

-"Kurumsal" başlığı altında; *" So Estetik; İzmir’in yükselen değeri Bayraklı Martı Plaza ‘da 1000 m2’lik kapalı alanda son teknoloji makine parkuru ve deneyimli 25 kişilik profesyonel kadrosuyla siz değerli müşterilerimize hizmet vermektedir. Güzellik, epilasyon, zayıflama, spor alanlarında hizmet verirken Estetik&Plastik cerrahi, saç ekimi, fizyoterapi, diyet, psikoloji ve podoloji alanlarında danışmanlık hizmeti vermektedir.25 kişilik profesyonel kadrosuyla 7 gün boyunca hizmet veren So Estetik sağlık, güzellik, estetik anlamında ihtiyacınızı belirleyip ona yönelik size seçenekler sunarken sizinle birebir ilgileniyor. Seçtiğiniz birim ne olursa olsun baştan sonuna kadar sizinle aynı uzman ilgilenip sürekli takibini yapıyor. Sağlık, güzellik, estetik anlayışınızı yaratacağınız bu merkezle tanışmalısınız.",*

-"Kişiye Özel Program" başlığı altında; *" Bu nedenle vücut analizlerini sadece uzman doktorlarımız yapmaktadır",*

-"Podoloji" başlığı altında; *" So Estetik olarak ayak sağlığı merkezimizde uzman doktorlar eşliğinde çalışan podolog ile hizmet vermekteyiz."* ifadeleri ile,

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

-“Hizmetlerimiz” başlığı altında; *“Estetik & Plastik Cerrahi, Saç Ekimi ve Tedavileri”,* ifadeleri ile kuruluşta sunulan hizmetlerin sayıldığı; ancak, sayılan bu hizmetlerin doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemler olduğu,

-*" Akupunktur, Kavitasyon, IPL Epilasyon, Alexandrite, Ütüleme Epilasyon, Dermapen, Örümcek Ağı Tedavisi, Botox, Dolgu, IPL Leke Tedavisi, Gençlik Aşısı, Mezoterapi, Orjinal PRP, PRP Matrix, Saç Ekimi, Kaş ve Sakal Ekimi, PRP ve Mezoterapi, Kol ve Bacak Estetiği, Burun Estetiği, Diş Estetiği, Genital Bölge Estetiği, Liposuction, El-Ayak Estetiği, Kulak Estetiği, Boca(Dudak İpi), Permalip(Katı Dudak Silikonu), Meme Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Karın Germe, Popo Estetiği, Yüz ve Boyun Estetiği"* başlıkları altında, kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan ve doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

Diğer taraftan; ana sayfada ve "Kurumsal" başlığı altında yer alan ifadelerde kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmadığı ifade edilmesine karşın "Kişiye Özel Program, Podoloji, Hizmetlerimiz" başlıklarında yer alan ifadeler ve tanıtımı yapılan tıbbi işlemler aracılığıyla kuruluşa sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir izlenim kazandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi ile Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesi gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerektiği dikkate alındığında, inceleme konusu internet sitesinde, sağlık alanında faaliyeti bulunmayan kuruluşun, sağlık hizmetlerine yönlendirme yapmasının, danışmanlık hizmeti sunmasının ve tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; kuruluş lehine talep yaratmaya yönelik ve benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu; diğer taraftan, kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu’nun 64 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 Yönetmeliği’nin 60 ıncı 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı yönetmelik ekinin 4 ve 8 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **NM Estetik Saç Tasarım Danışmanlığı Güzellik Salonu Medikal Dış Tic. Ltd. Şti. (SO Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2015/835-I**

**Şikayet Edilen:** **Ento Kulak Burun Boğaz Özel Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Özel Ento Kulak Burun Boğaz Cerrahi Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Saçınızı Baştan Çıkarıyoruz”***ibareli reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22-28.04.2015, 13-19.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Otobüs Durağı Reklam Panosu

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda *“Özel Ento Kulak Burun Boğaz Cerrahi Tıp Merkezi.Saçınızı baştan çıkarıyoruz.Fue yöntemi ile saç ekimi.Kulak burun boğaz, Estetik plastik cerrahi, Dermatoloji ve Radyoloji birimlerimizle hizmetinizdeyiz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlar ile tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerin ve kuruluşun tanıtımının yapıldığı; 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 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 **Ento Kulak Burun Boğaz Özel Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Özel Ento Kulak Burun Boğaz Cerrahi Tıp Merkezi)** 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** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2015/835-II**

**Şikayet Edilen:** **Ento Kulak Burun Boğaz Özel Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Özel Ento Kulak Burun Boğaz Cerrahi Tıp Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 8.6.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Yüzünüze yansıyan sağlık. Sağlığınız bizim için önemlidir.**Hakkımızda:2001 yılında “ile hastalarına, ileri teknolojiye sahip kaliteli sağlık hizmeti sunmaktadır… Misyonumuz: Dünya standartlarına sahip sağlık hizmetlerini, beklenti ve gereksinimlerinizi göz önünde bulundurarak en hızlı, en ekonomik ve en kaliteli şekilde sizlere sunmaktır. Vizyonumuz: Gelişen tıbbın getirdiği imkanları hastalarımıza sağlayarak, insan sağlığına verdiğimiz değerle topluma faydalı örnek alınan, sürdürülebilir, ulaşılabilir, kaliteli sağlık hizmetlerimizi farklı branşlarda da sizlerle buluşturabilmektir. Kalite Politikamız: Hastalarımızın beklenti ve memnuniyetlerini birinci planda tutmak, Yenilikleri takip eden uzman hekim ve sağlık personelimiz ile teşhis ve tedavide güvenilir sağlık hizmeti sunmak..Güler yüzlü ve çözüm odaklı çalışanlarımız, ileri teknolojik ve donanımlı cihaz ve ünitelerimizle hastalarımızın sağlığını, ihtiyaçlarını ve konforunu sağlamaktır.”,*

- “Odyoloji” başlığı altında; *“(…)Bu sorulardan birkaçına ‘Evet’ cevabı veriyorsanız sizi işitme testi için merkezimize davet ediyoruz.”,*

-“ Alerjik Nezlede Işık Tedavisi” başlığı altında; *“(…)her türlü şikayet başarı ile azaltılmakta ya da yok edilmektedir.”,*

- “Ento Kbb Uyku Testi” başlığı altında; *“(…)Kliniğimiz bünyesinde de uyguladığımız uyku testi bu hastalığın tanısında mutlaka gerekli olan altın standart bir tanı yöntemidir(…)”,*

- “Bademcik Ameliyatı” başlığı altında; *“Thermal Welding Teknolojisiyle Bademcik Ameliyatı Olmaktan Korkmayın…Bademcik ameliyatları sonrası hastaların daha konforlu olması için modern ve teknolojik bir sistem geliştirilmiştir…Ento KBB Merkezi bünyesinde uygulamaya başladığımız TWS in temel prensibi, damarsal yapılara termal enerjinin direkt olarak aktarılması yoluyla kanama kontrolünün ve beraberinde dokularda ayrışmanın sağlanmasıdır.”,*

- “Burun Estetiği” başlığı altında; *“(…)Fiziksel olarak sağlıklı ve psikolojik olarak dengeli ve beklentilerinizde gerçekçi iseniz iyi bir aday olabilirsiniz…Fasial plastik cerrahi ile ilgilenen bir KBB uzmanı bu sorununuzu en ideal biçimde çözecektir…Her cerrahi girişim belirli ölçüde belirsizlik ve risk taşır Rinoplasti tecrübeli bir cerrah tarafından yapıldığında komplikasyon olasılığı çok azdır.(…)”,*

- “PRP” başlığı altında; *“PRP, lazer ve peeling gibi uygulamalardan hemen sonra, derinin hızla yapılanmasını ve iyileşmesini sağlamak, iç ve dış etkenler nedeniyle yaşlanmaya başlayan derinin esneklik, canlılık ve parlaklığının yeniden kazandırılmasını sağlamak, yara, çatlak ve deri bütünlüğünün zarar gördüğü durumların tedavisini hızlandırmak, saç dökülmesinde tek başına veya diğer tedavi seçeneklerinin etkisini güçlendirmek gibi amaçlar için de başarıyla uygulanmaktadır…yapılmaktadır ve bu nedenlerle bu uygulama güvenilir olarak kabul edilebilir…Deriyi doğal bir biçimde canlandırır ve yapılandırır.”,*

- “Mezoterapi” başlığı altında; *“(…)Derinin gevşeklik ve elastikiyet kaybının azaltılması, kollajen üretiminin arttırılması ve hızlı hücre yenilenmesi sağlanır. Tedavi sonrası cilt daha taze, dinlenmiş ve aydınlık görünür.(…)”,*

- “Dövme Silme Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Artık Q-Switch Nd-Yag lazerle başarılı olarak çıkarılabilmektedir.(…)”,*

- “Lazer Epilasyon” başlığı altında; *“(…)Merkezimizde epilasyon amacı ile Alexandrite lazer ve IPL kullanılmaktadır.”,*

- “İğneli Radyofrekans” başlığı altında; *“(…)Böylece ciltte yenilenme, hasarlı dokuların onarımı, parlak ve gergin bir cilt oluşumu gözlenir…Altın iğne radyofrekans uygulamasının en büyük avantajı uygulama sonrası fraksiyonel lazerde yaşanan uzun süreli kızarıklık, pullanma ve soyulmanın olmamasıdır. Hastada 3-5 saat kadar hafif bir pembelik oluşacak, pembelik bu sürenin sonunda tamamen gerileyecektir. Dolayısıyla hastanın günlük yaşantısında bir kısıtlama yapmayan bir tedavi çeşididir. Uygulama sonrasında belli belirsiz bir ödem oluşabilir, bu da kısa süre içerisinde gerileyecektir…3. ayın sonunda maksimum etki ortaya çıkar. Elde edilen sonuçlar uzun süre kalıcılık taşır.”,*

- “Altın Örgü ile Ameliyatsız Yüz Germe” başlığı altında; *“Burada kullanılan iplikler yıllardır cerrahi uygulamalarda kullanılan eriyebilen ipliklerdir. Bu yüzden güvenilirdirler… bu da dokunun dolaşımını artırarak daha fazla cilt yenilenmesi ve kalıcılık süresinde uzama sağlar…genç ve daha canlı görünmek isteyen herkese uygulanabilir…Bu şekilde işlem daha konforlu şekilde geçer.”,*

- “Dolgu Maddesi Enjeksiyonları” başlığı altında; *“(…)Diğer dolgu maddeleri ile kıyaslandığında yan etkiler açısından da daha güvenlidir.(…)”,*

- “Saç Ekimi “ başlığı altında; *“(…)Kalıcı ve en etkin çözüm, uygun hastalarda saç ekimi uygulamasıdır…Dünyada son zamanlarda yaygın olarak uygulanan saç ekim yöntemi FUE (Foliküler Unite Ekstraksiyonu) hem saçı alırken hem ekerken doğal sonuçlar ortaya koyan bir saç ekim metodudur…Hastaya hiçbir komplikasyon yaratmadan, günlük hayatından alıkoymadan işlem gerçekleştirilir…FUE yöntemi enfeksiyon, yara izi, ağrı, kanama gibi riskler taşımamaktadır.Saç ekiminin ameliyat ortamında yapılması gereken ciddi bir operasyondur.ENTOkendi bünyesinde bulunan teknolojik ameliyathanelerinin yanında özel‘SAÇ EKİMİ POLİKLİNİĞİ’ile de hizmet vermektedir.”,*

-“Hakkımızda” başlığı altında; “*2001 yılında “ile hastalarına, ileri teknolojiye sahip kaliteli sağlık hizmeti sunmaktadır…Misyonumuz: Dünya standartlarına sahip sağlık hizmetlerini, beklenti ve gereksinimlerinizi göz önünde bulundurarak en hızlı, en ekonomik ve en kaliteli şekilde sizlere sunmaktır. Vizyonumuz: Gelişen tıbbın getirdiği imkanları hastalarımıza sağlayarak, insan sağlığına verdiğimiz değerle topluma faydalı örnek alınan, sürdürülebilir, ulaşılabilir, kaliteli sağlık hizmetlerimizi farklı branşlarda da sizlerle buluşturabilmektir. Kalite Politikamız: Hastalarımızın beklenti ve memnuniyetlerini birinci planda tutmak, Yenilikleri takip eden uzman hekim ve sağlık personelimiz ile teşhis ve tedavide güvenilir sağlık hizmeti sunmak..Güler yüzlü ve çözüm odaklı çalışanlarımız, ileri teknolojik ve donanımlı cihaz ve ünitelerimizle hastalarımızın sağlığını, ihtiyaçlarını ve konforunu sağlamaktır.”,*

- “Fokuslu Ultrason ile Cilt Gençleştirme” başlığı altında; *“(…)Uygulamanın hemen sonrasında hissedilmeye başlanan etki giderek belirginleşir, 3. ayın sonunda maksimum etki ortaya çıkar. Elde edilen sonuçlar uzun süre kalıcılık taşır”* 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 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 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 **Ento Kulak Burun Boğaz Özel Sağlık Hiz. Tic. Ltd. Şti. (Özel Ento Kulak Burun Boğaz Cerrahi Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2015/847**

**Şikayet Edilen:** **Hospitadent Sağlık Grubu Yatırım A. Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 03.07.2015 tarihli görünümünde;

-“Hospitadent Kayseri Reklam Filmi” başlıklı video içeriğinde; *“Mecidiyeköy, Bağcılar, Fatih, Çamlıca, Pendik, Bakırköy, Güneşli, Frankfurt ve şimdi Kayseri. Hospitadent uzmanlığı Avrupa ve İstanbul’dan sonra dokuzuncu şubesiyle şimdi Kayseri’de.Hospitadent, bütün işimiz diş.”,*

-“Hospitadent Reklam Filmi” başlıklı video içeriğinde; *“Hospitadent seksenbin başarılı implant uygulamasıyla Türkiye ve Avrupa’nın lider diş sağlığı grubu.Hospitadent ile siz de gülümseyin, tıpkı bugüne kadar tedavi ettiğimiz iki milyon hastamız gibi.Hospitadent’e gelin selfie’niz gülücüklü olsun.”,*

-“Ort Aligner Nedir?” başlıklı video içeriğinde; *“(…)Estetik kaygılarla tedavi olamayan hastalarımız için bulunmaz eşsiz bir fırsattır.Ort Aligner dişler üzerine sıkıca yerleşen, medikal plastikten yapılan, son derece şeffaf, neredeyse görünmeyen malzemeden yapılır(…)Hekim kontrollerinin son derece azaldığı, diğer ortodontik tedavilere oranla, kişiyi sosyal hayatından ve yaşam tarzından, alışkanlıklarından uzaklaştırmayan modern bir tedavi yöntemidir.”,*

- “Ort Aligner’ın Avantajları Nelerdir?” başlıklı video içeriğinde; *“Çevrenizde çoğunlukla ortodontik tedavi gördüğünüz anlaşılamayacağından sosyal yaşantınızda sıkıntılar yaşamayacak ve hayat tarzınızı değiştirmek zorunda kalmayacaksınız.İşte bu sebeplerle diyoruz ki ort aligner ile düzgün dişler, neşeli gülüşler.”,*

-“İmplant Dişler Doğal Görünür Mü?” başlıklı video içeriğinde; *“(…)bu yüzden implant üstü protezler normal protezlerden farklı değildir ve son derece doğal görünürler.”,*

-“İmplant Tedavisi Güvenli Midir?” başlıklı video içeriğinde; *“İmplant tedavisi, doğru tanı konulduğunda son derece güvenli bir tedavidir.(…)”* ifadeleri ile,

-*“Hospitadent Reklam Filmi 2015”* başlıklı video ile *“Hasta Röportajları”* başlığı altında yer alan videolarda; kuruluşa ve kuruluşta çalışan sağlık meslek mensubu personellerine yönelik olarak teşekkür, övgü, onay ve tavsiye 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,

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

- 10.01.2015 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 **Hospitadent Sağlık Grubu Yatırım A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2015/874**

**Şikayet Edilen:** **Grup Dent Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ltd. Şti. (Group Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 03.07.2015 tarihli görünümünde;

-“Çocuk Dişleri Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Kliniğimiz bu konularda uzman hekimleri ile gelişim çağındaki çocukların sağlıklı bir diş ve ağız yapısına sahip olmalarını sağlayacak önlemleri almakta ve tedavileri uygulamakta olup aileler bilgilendirilmektedir.”,*

-“İmplant” başlığı altında; *“(…)Hastaya daha iyi fonksiyon ve estetik kazandırılmakta ve buna bağlı olarak hasta, kendini daha güvende hissetmektedir.(…)”,*

-“Diş Tedavisi” başlığı altında; *“(…)gerektiğinde kanal tedavileri uzman diş hekimi tarafından yapılmaktadır.(…)”,*

-“Protez” başlığı altında; *“(…)Polikliniğimizde,porselen ve tam protez uygulamaları dünyada kabul görmüş olan ve vücuda zarar vermeyen malzemeler kullanılarak uzman hekimlerce gerçekleştirilmektedir.(…)”,*

-“Ağız, Diş ve Çene Cerrahisi” başlığı altında; *“Group Dent'te Prof. Dr. Hülya Koçak Berberoğlu ve ekibi ağız, diş ve çene ile ilgili her türlü ameliyatı yapmaktadır.(…)”* 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,

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

- 10.01.2015 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 **Grup Dent Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Ltd. Şti. (Group Dent 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.

**33)**

**Dosya No: 2015/509**

**Şikayet Edilen:** **Gülistan Yıldırım ATA (A Plus Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 2/6/2015 tarihli görünümünde; Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon, Depilasyon, Bölgesel İncelme, Bölgesel İncelme,* *Ameliyatsız Yüz Germe ve Gençleştirme (vshape)* 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 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 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 **Gülistan Yıldırım ATA (A Plus Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2015/504**

**Şikayet Edilen:** **Gülay AKSOY (Ametistring Güzellik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ametistringguzellik.com](http://www.ametistringguzellik.com) adresli internet sitesinin 01.06.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Bölgesel Zayıflama ve Kavitasyon, İğneli Epilasyon, Lenf Drenaj, Ultrasonic Peeling”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

- Kuruluşun isminin “Ametistring Güzellik” olarak belirtildiği, bu suretle kuruluşunuzun hangi alanda faaliyet gösterdiği (güzellik salonu, poliklinik, vs. kuruluşunuzun türü) konusunda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

-“*Hakkımızda*” başlığı altında; “*GÜLER YÜZLÜ VE UZMAN KADROSU ile vücut bakimi, cilt bakimi, tirnak bakimi, Profesyonel makyaj gibi birçok üniteye sahip geniş yelpazesi ile öncelikle sağlığınızı korumayı, daha sonra güzellik ve estetik alaninda size ulaştırmayı hedeflemektedir. Ekonomik ve ultralüx bir güzellik her insanın hakkıdir prensibiyle bayan estetiğinde 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 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 **Gülay AKSOY (Ametistring Güzellik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/559**

**Şikayet Edilen:** **Ablam Güzellik Jimnastik San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.lapisguzellik.com](http://www.lapisguzellik.com) ve [www.3womenbeautyclub.com](http://www.3womenbeautyclub.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.lapisguzellik.com](http://www.lapisguzellik.com) ve [www.3womenbeautyclub.com](http://www.3womenbeautyclub.com) adresli internet sitelerinin 03.06.2015 tarihli görünümlerinde;

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

- Kuruluşun isminin; “Lapis Güzellik, 3 Women Beauty Clup” olarak belirtildiği, kuruluşunuzun bir güzellik salonu şeklinde faaliyet göstermesi nedeniyle bu ifadenin tüketiciler açısından yanıltıcı nitelikte olduğu,

*-“Kampanyalar”*  bölümünde *"IPL Epilasyon, Kavitasyon”* gibi doktor tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere ilişkin fiyatların 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 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 **Ablam Güzellik Jimnastik 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.

**36)**

**Dosya No: 2015/779**

**Şikayet Edilen:** **Fürüzen DENİZ (Biobella Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.biobellaguzellik.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 16.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında;

* "Foto Epilasyon Uygulaması” başlığı altında; “*Lazer epilasyon teknolojisi tüylerden kurtulmanın en kısa ve en zahmetsiz sistemidir. Alman ve İtalyan firmalarının ortak üretimi olan en etkili ve en yüksek teknolojik cihazını kullanmaktayız. Fonksiyonları; Acı ve ağrı hissi vermeden ince tüylere kadar dökülme sağlar, en yüksek filtre sistemi kullanıldığından kıl folükülüne kadar lazer ışığını iletir…”,*
* *“Akne Bakımı”* başlığı altında; “*Genellikle ergenlik döneminde yoğun yağ hücrelerinin aktif çalışması sonucu oluşur bazen genetik özellikten dolayı görünebilir.* ***Tedavisi zor uzun sürer****. Akne bakımlarında en az 6 seans enfazla 12 seans (ayda bir bazen 15 günde bir) uygulanır…”,*
* *“Leke Bakımı"* başlığı altında; “*Leke bakımlarında Dr. Baumann ürünleri ile yapılan hassas soyma işlemleri uyguluyoruz. Genellikle kış aylarında yapılan bakımlarda cildi güneş ışınlarından korumamız gerekiyor. Leke bakımları en az 6 seans uygulanır.* ***Lekenin iyileşmesi durumuna göre bir 6 seans daha eklenecektir…”,***

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 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 **Fürüzen DENİZ (Biobella 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: 2015/783**

**Şikayet Edilen:** **Neşe KOÇ (Nes Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitelerinin 11/6/2015 tarihli görünümlerinde,

-Kuruluşunsunduğu hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon, Dermaroller, Mezoterapi "* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

- Kuruluşa ait [www.nesguzellik.com](http://www.nesguzellik.com) adresinde “Hakkımızda” başlığı altında; “*1997 yılında Ankara' da başlayan cilt bakım, makyaj ve kalıcı makyaj gibi profesyonel hizmetlerimize şimdide NES GÜZELLİK ile hizmet vermekteyiz. Günümüz teknolojisi, Dünya markası son model cihazlarla, alanlarında uzman, güler yüzlü ekibimizle ve yeni merkezimizle siz değerli müşterilerimizi misafir etmekten mutluluk duyarız. Müşteri memnuniyetinin ve iş kalitemizin bizlere vermiş olduğu güçle sizleri hijyenik, konforlu, ferah salonumuza davet ediyoruz…* ***NES GÜZELLİK MERKEZİ****”* 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 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 **Neşe KOÇ (Nes Güzellik Salonu**) hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2015/555**

**Şikayet Edilen:** **Kudret BOYRAZ (Mira Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Ultrashape(Kavitasyon), Kimyasal Peeling, Epilasyon, Zayıflama"* 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 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 **Kudret BOYRAZ (Mira Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2015/780**

**Şikayet Edilen:** **Çiğdem ALTUN (Busem Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.grupanya.com](http://www.grupanya.com) adresli internet sitesinin 29.04.2015 tarihli görünümünde, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, söz konusu internet sitesinde *“Bahçelievler Busem Güzellik’te bölge seçenekli istenmeyen tüylerden kalıcı arınma 5 TL’den başlayan fiyatlarla!”, 3 Seans dudak üstü 60 TL yerine 5 TL.”, “5 seans koltuk altı 250 TL yerine 49,90 TL!”* 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 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 **Çiğdem ALTUN (Busem 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: 2015/495**

**Şikayet Edilen:** **Ercan ASLAN (Hills Güzellik Estetik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hillsguzellikmerkezi.com](http://www.besteguzellik.com) adresli internet sitesinin 22.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Oksijen Tedavisi, Kavitasyon-Soğuk Lazer"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

-Ana sayfada; “*Yeni Lazer Teknolojileri ile %50 indirim…Hills Güzellik Merkezi 0532 130 17 54 Lazerli cilt tedavilerimiz başlamıstır…Kaşları dizayn ediyoruz…”,*

-Cilt Bakımı başlığı altında; “*Profesyonel medikal cihazlarımız ile kaliteli ve doğal kozmetik ürünlerimiz, uzman estetisyenlerimiz tarafından cildin ideal fonksiyonlarının yerine getirilmesi için yapılan uygulalar…Kliniğimizde her cilt tipine uygun bakım yapılmaktadır. Özellikle yağ bezeleri, doku toplanmaları ve akneler tarafımızca koterize edilerek yok edilmektedir… Artık HİLLS ile sizde pürüzsüz ve sağlıklı bir cilde sahip olacaksınız...”,*

- Hakkımızda başlığı altında; ”*TEK İŞİMİZ GÜZELLİK" ilkesi ile yola çıkan HİLLS, 2005 yılından itibaren modern yapısı, yeni teknoloji ile tasarlanmış cihazları, alanında uzman ve profesyonel ekibi ile güzellik ve medikal alanda kalite felsefesi çerçevesinde, merkezimiz BAKÜ olmak üzere ANKARA, IĞDIR ve KARS şubelerimizde siz değerli müşterilerimize hizmet vermektedir. HİLLS GÜZELLİK olarak müşteri memnuniyetini ön planda tuttuğumuzdan, sizlerin kliniklerimizden mutlu, huzurlu ve bakımlı ayrılmasını ilke edinmiş bulunmaktayız. Bu sebeple tüm kliniklerimizde alanlarında son teknolojiye uygun ve profesyonel medikal cihazlarımız ile kaliteli ve doğal kozmetik ürünlerimiz, uzman estetisyenlerimiz tarafından cildinizde yapılan analizlere göre, cildinizin her türlü ihtiyacını ve bakımını yapmaktadır. Güzellik anlamında günden güne kendini yenileyen HİLLS GÜZELLİK MERKEZİ her daim aynı özen ve kalitede sizlerin hizmetindedir. Güzel ve bakımlı olmak sizin de hakkınız…”,* 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 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 **Ercan ASLAN** **(Hills Güzellik Estetik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**41)**

**Dosya No: 2014/264**

**Şikayet Edilen: HK Performans ve Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. (Halil KARGULU)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turbomend.com](http://www.turbomend.com), [www.vucudunsifresi.com](http://www.vucudunsifresi.com) ve [www.hk.com.tr](http://www.hk.com.tr) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30/07/2015, 03/03/2014, 28/02/2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.turbomend.com](http://www.turbomend.com) adresli internet sitesinin 30.07.2015 tarihli ve 28.02.2014 tarihli görünümlerinde ***“Turbomend Üstün Performans Zayıflama Ürünü %100 Zayıflama Ürünü 55 Günde 22 Kilo (…) Üç boyutlu gelişerek zayıflama kürü destek ürünü TurboMEND (…) Turbomend for Women – HK Performans kendi bünyesinde %98 başarı oranı ile sonuçlanan sağlıklı ve hızlı zayıflama süreçlerini, yüzlerce üyesine yaşatırken Turbomend’in faydalarından yararlanmıştır. Turbomend Yaşamsal Kaynak Bileşenleri özenle hazırlanmakta ve yeni bilimsel gelişmelerle de desteklenmektedir (…) Erkeklere Özel Zayıflama Kürü Turbomend for Men – HK Performans tarafından yapılan beş yıllık çalışmalar ile erkeklerin duygusal ve fiziksel ihtiyaçları göz önüne alınarak özel üretilen TurboMEND for Men erkeklerin basen ve göbek sorununa etkili çözüm üretiyor. 7 günde 7 cm incelebilirsiniz (…) Geçmişte 1 aylık çaba ile vereceğiniz kiloları TurboMEND 7 günde vermenizi garantiliyor (…) TurboMEND Plus mikro Beslenme – Hareketli, hedef koyarak sonuç odaklı düşünüp yaşayanlara özel Ek Performans ve Zayıflama Kür destek ürünü (…)Turbo Jel Destek Ürün – Bölgesel zayıflama ve lokal incelme, daha genç ve pürüzsüz görünüm ile ciltte elastikiyet ve sıkılaştırma sağlanmasına yardımcı olur. Cildinizi nemlendirip gerginliğini ve elastikiyetini yaklaşık olarak %38 arttırmaktadır. Selülitlerin giderilmesine, cilt altında toplanmış portakal kabuğu görünümünün azaltılmasına, kan dolaşımının arttırılmasına, cilt yüzeyinin düzleştirilmesine, pürüzsüz bir cilt oluşumuna, ciltte ferahlık, canlılık hissinin sağlanmasına, yardımcı olur. Cilt altındaki madde değişimini düzenler. Gözenekleri açarak, toksinlerin vücuttan kolayca atılmasını sağlar. Kan dolaşımını düzenler. Alışılmışın dışında yumuşak bir bakım yapar.Sıkılaşmayı ve lokal incelmeyi sağlar. Düzenli kullanım sonucunda, düzgün ve gergin bir cilt sağlanmaktadır. Böylece cildiniz her zaman yumuşak ve bebeksi olacaktır. Çekiciliğinizin ve canlılığınızın keyfini çıkartın! Kanıtlanmış etki alanı 2 hafta sonra, Cilt gerginliği %24, mikro sirkülasyon %85, Oksijen basıncı %33 artar. 4 haftanın sonunda; cilt gerginliği %35, mikro sirkülasyon % 110, oksijen basıncı da %48 artış gösterir. (…) Bu site marka bilinirliğini arttırmak ve ilgili Bakanlık nezdinde BUTİK üretim mevzuatını oluşturmak için hazırlanmış özel bir çalışmasıdır (…)Turbomend - Turbomend her şey” demekle çok iyi bir tanımlama yapmışlar. Ben bunu bizzat kendim birebir hissettim. Uzun bir üyelik sürecimin sonunda böyle bir ürünü kullanmam, benim bu süreçte bu sistemden öğrendiğim her şeyi, edindiğim doğru alışkanlıklarımı iyice pekiştirdi. Verdiği enerji kesinlikle süper, koşmaktan korkan beni bile koşturdu. Her zamankinden çok daha fazla bir enerjim vardı. Enerjiyle birlikte gelen mutluluk da çabası. Her ne kadar gerçek açlığın ne olduğunu.. Başta Çok korktum. Kullanmak ilk başta XXXX gibi geldi bana yada sporcuların kullandığı vitamin tozları gibi ama ilk gün az farklıydı ama sonra alıştım. 2 günü sabahları normalde benim kafam ağrırdı o dahi yoktu. En çok o mutlu etti beni. Turbomend’i içtiğimde kendimi çok daha dinç aktif ve tok hissediyorum. Adı üzerinde Turbomend. Gerçekten anlayabilmek için kullanmak gerekiyor. Daha zinde, daha hafif, abartmıyorum daha steril hissetmek, ürünü kullandığınız süresince anlıyorsunuz. Kullanım süresince herhangi bir ihtiyaç hissedilmiyor, alışkanlıklara kapılıp aç gözlü davranırsak bile, az da olsa küçülen mide ve değişen düşüncelerle vücut neye ihtiyacı olduğunu biliyor, fazlasına izin vermiyor. İddia ediyoruz. Bu sistem dışında 10 yılda alamayacağınız çok özel desteği 7 günde size sunuyoruz (…)”***şeklinde,

Öte yandan [www.vucudunsifresi.com](http://www.vucudunsifresi.com) adresli internet sitesinin 30.07.2015 tarihli görünümünde, ***“Zayıflamada 7 derinlik felsefesi, zayıflama çemberi ve zihinsel puanlama sistemi, gelişerek zayıflama modeli (…) Dünyanın en iyi ve en başarılı zayıflama sisteminin kurucusu ve OMDER Kurucu Başkanı, dünyanın en hızlı ve farklı süreçlerde en çok zayıflayan insanı, milli sporcu, ve üstün performans danışmanı Halil KARGULU’nun deneyimleri değerlendirilecektir (…)”* şeklinde ve 28.02.2014 tarihli görünümünde *“HK Performans’tan Dünyada Bir İlk – Custom Made Living Body (Ismarlama Canlı Beden) Kilonus ne olursa olsun, hep ulaşmak istediğiniz ölçülerinizi tasvir edin, onları siz belirleyin, biz sizi tam hedeflediğiniz ölçülere getirelim (…) Turbomend Üstün Performans Zayıflama Destek Ürünü (…) TurboMEND for Men Erkeklere özel erkekçe zayıflama kürü. Erkeklerin göbek ve basen sorunlarına en yetkin çözüm. Göğüs yağlanmasına ayrıcalıklı yaklaşım (…)”***şeklinde,

Son olarak [www.hk.com.tr](http://www.hk.com.tr) adresli internet sitesinin 30.07.2015 tarihli görünümünde ***“HK farkı ile mikro beslenme ve ortomoleküler desteklerle arınma konsepti – detox uygulaması. (…) Turbomend içeriğinde bulunan zengin vitamin ve mineraller ile zayıflama sürecinde sizin en büyük destekçilerinizden biri olacaktır (…) HK Performans ile başarmamak diye bir durum söz konusu değil (…) Amacımız, yeni bir yaşam kültürüne uyumlu, uzay tıbbı, ortomoleküler tıp ve performans tıbbı altyapısıyla desteklenmiş, herkesi kendi genetik temeli, aile yapısı, yaşam temposu ve hayat tarzına göre inceleyip, tıbbi verilerden yararlanarak, birbirinden farklılaştırılmış, kişiye özel Mikro Beslenme destek ürünü sunabilmektir. Zayıflama Kampı - Kaliteli ve daha parlak bir gelecek için sizleri de bu kapıdan içeri davet ediyoruz çünkü biz biliyoruz ki ideal kiloda yaşamak herkesin hakkı! Siz sadece hedef kilonuzu belirleyin ve HK kapısını teslimiyetle çalın (…) Farkını ve vizyonunu hissetmek için aşağıdaki birkaç konuda çarpıcı değerlendirmelerini ilgili kaynaklardan okuyabilirsiniz. Metabolizma Hızının Şansı –Şanssızlığı ve insan Ömrüne etkisi! Besin Dışı Farklı Enerji Kaynakları. Besin Bağımlılığı ANALİZİ- Köleleştirilmiş Zihinler ve Bedenler. Kalorili Düşüncelerin Hayatımıza etkisi… Uzun Ömürlü ve kaliteli Yaşama Sanatı... 180 Yıl yaşamak mümkün mü? Erkeğin “eşekliği” kadını ŞİŞMANLATIR. Sağlıklı, Hızlı ve Kalıcı Kilo Verme Teorisi. En hızlısı, En Sağlıklısı! Zayıflamak için kullanılan tüm Bitkisel ve Kimyasal İLAÇLAR ÇÖPE! Yeni Nesil Kilo verme ve Zihinsel Değişim Programı… Yeni Çağda Yeni Nesil Beslenme Stratejileri - Mikro Beslenme… Tıbbı Antrenman Sistemi ve Üstün Performans Çalışmaları (…)”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadelere yer verilerek söz konusu ürünler ile ilgili olarak tüketicilere yanıltıcı sağlık beyanında bulunulduğu, aynı zamanda anılan reklamlarda yer alan kozmetik ürünler hakkında kozmetik ürün tanımını aşan ifadelerin kullanıldığı,

Dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4. ve 10. Maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun 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, 32 nci üncü maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **HK Performans ve Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. (Halil KARGULU)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2014/1024**

**Şikayet Edilen: İlhan TUFAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.matecayi.net](http://www.matecayi.net) adresli internet sitesinde yer alan ***“Mate Çayı”*** adlı ürüne yönelik olarak yapılan tanıtımlarda **“*Mate, 12 ay boyunca yapraklarını dökmeyen bir ağaç türü. Tropik ve yarı tropik iklimlerde yetişir, yerliler ona `Tanrı`nın ağacı` derler, Avrupa`da da `yeşil altın` olarak anılır. Son yıllardaki popüler ismi ise `yağ yakıcı çay`. Paraguay yağmur ormanlarında doğal olarak yetişir, diğer adının `Paraguay çayı` olmasının nedeni de bu. Yag yakmanızda yardımcı rol üstlenen mate çayi yağ yakımının hızını arttırabilir. Metabolizmayı hızlanlandırmakta yardımcı olmaktadır. Dr. Torben Anderson’un 2004 yili içerisinde Danimarka’da Charlottenlund Medical Centre`de sağlıklı insanların katılımıyla gerçekleştirilen tespitlerde, 45 gün boyunca mate çayi ve ekstresini kullanan kişilerde 5 kg’lik kilo kaybı, normal olarak mate çayi olmadan standart grupta ise kilo kaybı yaşanmamıştır. Mate çayına yönelik bu tür tespitler ve öneriler sıkça bulunmaktadır. Kilo vermenizde yardımcı rol üstleneceğine inandığımız mate çayi metabolizmanızı canlı tutabilir ve yağ yakımında yardımcı olabilir. Bünyesinde, A, C, E, B1, B2, B3 ve B5 vitaminleri ile klorofil, kalsiyum, manganez, demir, selenyum, potasyum, magnezyum, fosfor ve protein yapıtaşı olan 15 farklı aminoasit türü içeriyor. Mate yaprağı aynı zamanda yeşil çaydan daha kuvvetli bir antioksidan ve bu yüksek antioksidan özelliğiyle birçok kronik dejeneratif hastalığa, romatizmaya, kalp damar hastalıklarına karşı yardımcı olabilir (…) Havalar ısındığında fir, sağlıklı ve bakımlı görünmek için en büyük engel zayıflamaktır. Bu soruyu bayanlar sürekli kendilerine sormaktadır. `Acaba nasıl zayıflasam?`. Uzmanlara göre kadınların aklına takılan bu sorunun cevabı çok basit (…) Sağlıklı bitki çaylarını da tüketerek metabolizmayı hızlandırmaya ve çalıştırmaya yardımcı olabilirsiniz. Yeşil çay, biberiye, kekik, mate ve funda yaprağı karışımıyla ayda ortalama beş kilo verebilirsiniz. Baharın ilk günlerindeyiz. Yaza daha üç ay var. Bir başka deyişle kışın aldığınız kilolardan kurtulmanız için üç ay süreniz var. Bu süre yaza sağlıklı ve `fit` girmek için yeter de artar bile. Peki ama nasıl yapmalı, hangi diyetisyene gitmeli, hangi diyetleri günü gününe takip etmeliyiz? Telaşlanmayın! Size bir diyet programı önerecek değiliz. Hemen her aktarda bulabileceğiniz beşi bir yerde formülü ile üç ayda 20 kilo vermeniz mümkün! Nasıl mı? Şöyle: Mate yaprağı, kekik, funda yaprağı, biberiye ve yeşil çaydan oluşan karışımı, günde üç fincan içmeniz yeterli. Biz söylemiyoruz, uzmanlar öyle diyor! Mate yaprağı: Tüm dünyada obezite tedavisinde kullanılan mate çayı, yağ emilimini engelleyerek vücuttan su atımını kolaylaştırıyor. Her yaşta insanın rahatça kullanabileceği bitki, iştahı kapatarak zayıflamaya yardımcı oluyor…”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklamlarda 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 ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu bilimsel iddiaların da 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 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; dolayısıyla bahsi geçen 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 üncü maddesinin 3 üncü bendi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/2, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 7, 40/1-a, 40/1-d, 42/1, 42/2 maddeleri,

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu 26 ncı, 32 nci maddelerine,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**43)**

**Dosya No: 2014/1083**

**Şikayet Edilen: Berkant ULUER**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.floramax3resmisite.com](http://www.floramax3resmisite.com) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.09.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.floramax3resmisite.com](http://www.floramax3resmisite.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda **“*Floramax3 – 2 kutu değil 3 kutu değil, tek kutu ile tek çözüm. Bakanlık onaylı (…) Doğal ve bitkisel çözümümüzle 3 gün içerisinde tamamen iyileşeceksiniz. Halk arasındaki ismi "basur" olan ve tıp dilinde "hemoroid hastalığı" olarak geçen bu hastalık, anüs(barsağın son çıkış kısmı, makat) bölgesinde normalde zaten var olan atardamar ve toplardamar yumağının iyice belirgin hale gelerek ve bu belirgin kitlenin sarkması sonucu oluşur. Özellikle yetişkin nüfusta çok sık görülen bir rahatsızlıktır. Hemoroidi tetikleyen en önemli nedenler ıkınma ve kronik kabızlıktır. Bunların dışında gebelik ve uzun süre ayakta çalışmakta diğer bilinen nedenler arasında yer alır. Floramax3 Tablet diğer hemoroid ilaçlarından ayıran en önemli faktör, sadece semptomları yavaşlamasına yardım etmesi değil, zarar gören dokuyu tamir ederek dış hemoroid problemini ortadan kaldırıp tekrarlamaması sağlamaktadır. Ameliyatsız hemoroid tedavisi.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklamlarda 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 ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu bilimsel iddiaların da 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 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; dolayısıyla bahsi geçen 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 üncü maddesinin 3 üncü bendi;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6/1, 6/2, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 7, 40/1-a, 40/1-d, 42/1, 42/2 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Berkant ULUER** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2014/440**

**Şikayet Edilen: Mesut KARCIGİL**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.](http://www.sagliktaguzellikte.com)ganoexcelturkiye.net adresli internet sitesinde ***“Kırmızı Reishi Mantarı”*** içerikli gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.ganoexcelturkiye.net**](http://www.ganoexcelturkiye.net) **adresli internet sitesinin 04.03.2014 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda,** “***Reishi Mantarı*** *- Bilimsel araştırmalar, Kırmızı Reishi kullanımının; Günlük yaşamı sağlıklı sürdürmek, Vücudumuzun doğal savunma mekanizmasını güçlendirerek olumsuz etkilere karşı korumak, Yaşın ilerlemesi sonucu oluşan problemlerin önüne geçmek, Bağışıklık, sinir, dolaşım, solunum, boşaltım, kas ve kemik sistemlerini güçlendirmek, Yüksek tansiyon, kolesterol, diabet, bronşit, prostat gibi problemlerle baş etmek, Kanser, karaciğer bozuklukları, hepatit, HIV/AIDS gibi hastalıklardan korunmak ve bu hastalıklarla savaşmak, konularındaki faydalarını kanıtlıyor…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ganoexcelturkiye.net](http://www.ganoexcelturkiye.net) adresli internet sitesinin 04.03.2014 tarihli görünümünde **“Kırmızı Reishi Mantarı”** içerikli gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, 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 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**45)**

**Dosya No: 2014/1387**

**Şikayet Edilen: Pyramed Gümüş ve Altın Suyu İmalat Paz. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gumus-suyu.com](http://www.gumus-suyu.com) ve [www.sivaderm.net](http://www.sivaderm.net) adresli internet sitelerinde ***“Sivaderm Kolloidal Gümüş Suyu”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.gumus-suyu.com**](http://www.gumus-suyu.com) **ve** [**www.sivaderm.net**](http://www.sivaderm.net) **adresli internet sitelerinin 06.05.2015 tarihli görünümünde bir hastanın tedavi öncesi ve sonrası görüntüleri ile birlikte,** “***Gümüş Suyu*** *çok özel yöntemler kullanılarak saf gümüşün suyla karıştırılmasından oluşan; özellikler taşıyan, bağışıklık sistemini kuvvetlendirme etkisine sahip bir terkiptir… Farklı hastalıklar ve farklı hastalık şiddetleri göz önüne alınarak özel karışımlar hazırlanır. Kullanım miktarı ve süresi de bu esasa göre belirlenir. Gümüş suyu Amerikan EPA (Environmental Protection Agency şirketi tarafından onaylanmış  bir üründür)… Gümüş Suyu Pyramed Bio Enerji Merkezi bünyesinde de üretilen, yan etkiden tamamen uzak; antibiyotik etkiye sahip bir terkiptir… Gümüş suyu, antibiyotiğin hayatımıza girdiği 1940'lardan önce, doktorların yaraları iyileştirme, mantar ve salgın virüsleri yok etmek için başvurdukları bir karışımdı. Deneyimler gösteriyor ki gümüş suyu, insan vücudunda oluşan özellikle göz problemleri, üst ve alt solunum yolları, sinir sistemi, üroloji, kadın hastalıkları konusunda, yetkin bir iyileştirme yapıyor. Hastalıkları önleyici ve tedavi edici özelliklere sahip olan gümüş suyu ayrıca ağız ve diş sağlığında, ürogenital problemlerde, cilt lezyonlarında, sindirim sistemi rahatsızlıklarında ve diğer birçok akut ve kronik hastalığın tedavisinde kullanılıyor. Dünya Sağlık Örgütü, içme suyu tesislerinde özellikle gümüş suyunun belirli oranlarda kullanılması gerekliliğini açıklayarak, su dezenfeksiyonu için önemini de vurgulamıştır… Bakterilerin sentetik ilaçlara bir süre sonra direnç göstermesi ve yan etkilerinin çok fazla olması, insanları alternatif, doğal tedavi yöntemlerine yöneltiyor. Gümüş suyu geniş spektrumlu bir antibiyotik etki göstererek, bakteri, virüs ve mantarlara karşı direncinizi artırırken, aynı zamanda tedavi edici özelliğiyle etkili, doğal bir antibiyotik görevi görüyor. Doğal gümüş suyu molekülleri, oksijen sorunu olan akut bakteriye nüfuz ederek, metabolizmalarını bozuyor ve yok ediyor. Bedenimiz ise hücre yapısı etkilenmediği için, her hangi bir bağışıklık sorunu yaşanmadan iyileşme dönemine giriyor… Gümüş suyu, mantarları öldürürken, hücre zarını güçlendirerek, sağlamlaştırıyor. Plazmaolitler, mantarlar, kurtlar ve sporlar ise ölerek vücuttan atılıyor. Gümüş suyu üzerine yapılan araştırmalar ve kullanıcılar arasında yapılan anketlere göre, hastalıklar çabucak atlatılıyor ve hastalık seyri oldukça yavaşlıyor.”* 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 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/ğ, 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 **Pyramed Gümüş ve Altın Suyu İmalat Paz. 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.

**46)**

**Dosya No: 2015/663**

**Şikayet Edilen: Bizim Aktar – Herbalist Yunus ERSİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bizimaktar.net](http://www.bizimaktar.net) adresli internet sitesinde ***“Melisa Kapsül”****,* ***“Nirexx”*** ve ***“Bioflame Herbal Supplement”*** adlı ürünlere ve diğer muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.bizimaktar.net](http://www.bizimaktar.net) adresli internet sitesinin 23.06.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“****Melisa Kapsül*** *– Mide ve bağırsak ağrılarını keser. Kalbi kuvvetlendirir. Hazımsızlık, baş ağrısı ve migrende faydalıdır. Melankoli, sara, başdönmesi, kulak çınlaması ve sinir krizlerinde şikayetleri ortadan kaldırır. Bayılmalarda kullanılır. Mide ve bağırsak gazlarını söker. Aybaşı ağrılarını keser ve aybaşı kanamalarını düzenler. Huzursuzluk ve sıkıntıları giderir. Hafıza zayıflığında faydalıdır. Stres ve sinir sisteminin dostudur…* ***Nirexx*** *– Tüm kanser türlerinde alınan kimyasal ilaçların toksinlerini ve kanser risklerini azaltır. Yaşlanma etkilerini yavaşlatır. Kan şekerini düzenler. Tümör Hücrelerinin kılcal damar üretimini baskılar. Kalp hastalıklarına karşın koruma sağlar. Astım gibi kronik akciğer hastalıklarına karşı koruma sağlar. Kolestorol seviyelerini düşürür. Görme kaybına neden olan maküler dejenerasyondan korunmayı sağlar. Başağrısı, vücut ağrıları, hazımsızlık, depresyon, immun sistem destekleyicisi, toksinleri uzaklaştırıcı, bitkisel gıda takviyesidir, ilaç yerine geçmez, kimyasal bileşimi yoktur…* ***Bioflame Herbal Supplement*** *– Cinsel güc artırıcı 450mg kapsul içeriğinde epimedyum ekstiresi, ginseng ekstresi, arı sütü tozu, bosvella ekstresi, tribulus teretris ektiresi, cakşir kökü sayesinde cinsel istegi yükseltir canlı sperm sayısını coğaltır…”* 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 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Bizim Aktar – Herbalist Yunus ERSİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2015/686**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fatblock.info](http://www.fatblock.info) adresli internet sitesinde ***“Fat Block”*** adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.fatblock.info**](http://www.fatblock.info) **adresli internet sitesinin 26.05.2015 tarihli görünümünde;** *“Sağlık Bakanlığı’na kayıtlı Fat-Block ile aç kalmadan kilo verin. Yağları kendine çeken formül. Prospektüsü olan zayıflama ürünü… Bitkisel gıda takviyesi değil medikal tıbbi cihazdır… Fat-Block’ güvenin.- Dr. Aytuğ Kolankaya…Fat-Block içeriğindeki patentli Captoglicolipid sayesinde yemeklerle birlikte aldığınız yağların %40’a kadar olanını tutar ve bağırsaklar yolu ile atılmasına yardımcı olur. Fat-Block Sağlık Bakanlığı kaydı ile satışa sunulmuş zayıflama ürünüdür. Gıdalarla alınan yağların emilmeden %40 kadarının atılmasına yardımcı olur. Bu sayede vücudunuz ilk başta bölgesel olarak fazla yağları tutmaya başlar. Fat-Block kullanıldığı süre boyunca ideal kilonuzu korumanızı sağlar… Ramazanda oruç tutarken aç kalınan sürenin uzun olması, gün boyu aç kalmak, metabolizmayı yavaşlatacağı için normal zamanlardaki beslenmenizi sürdürseniz dahi kilo alımına neden olabilir. Ramazanda yediklerinizin keyfini çıkarmak için kullanabileceğiniz Fat Block, iftarda yediğiniz yağlı yemeklerin yağını tutup vücudunuzdan atarak kilo kontrolü sağlamanıza ve kilo vermenize destek olur. Ramazanda Fat-Block kullanmak hem sağlığınızı korumanıza hem de kilo vermenize yardımcı olacaktır. Ramazan sofrasındaki o güzel yemeklerle beraber aldığınız yağların %40’a kadarını midede tutup vücuttan dışarı atan özelliği ile son derece işinize yarayacak bir ürün olan Fat-Block ile ramazan ayını kilo almadan geçirin... İnceliğin formülünü keşfet.”* şeklinde ifadeler kullanılarak 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 edildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, Fat Block adlı 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 ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte olsaydı, “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, 5/i, 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, 42/2 ve 42/5 inci maddeleri;

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 11/a, 16/3 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Loti İnternet Hizmetleri Paz. San. ve Tic. 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.

**48)**

**Dosya No: 2015/967**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *"Soğuk çayım Didi"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.05.2015-12.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Radyo

**Tespitler**: Çaykur Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından Çaykur Didi markalı soğuk çaylara yönelik olarak hazırlanmış reklam filminde, Ceza isimli şarkıcı tarafından söylenen şarkıda Türk mutfağına ait muhtelif yemek isimleri sayılarak bu yemeklerin yanında Çaykur Didi içilebileceği, diğer taraftan da ***“Ayranı denedim o uyutuyor zaten”*** denilerek yemekler yanında ayranın tercih edilmemesi gerektiği mesajı verilmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Çaykur Didi”* markalı ürünün tanıtımına yönelik olarak hazırlanmış ve Ceza isimli şarkıcının rol aldığı reklam filminde ***“Ayranı denedim, o uyutuyor zaten”*** ifadesine yer verilerek bir sofra içeceği olan ayranın herhangi bir veriye dayanmadan kötülendiği, tüketicilere ayran tüketimini engellemeye yönelik olumsuz bir mesaj verilerek ayran yerine reklamı yapılan ürünün tüketimine yönlendirildikleri, ayrıca Çaykur Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü tarafından reklamda iddia edildiği şekilde ayranın uykuya yol açması hususunun da ispatlanamadığı, diğer taraftan söz konusu ifade ile ayran pazarında faaliyet gösteren firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıldığı, saldırgan ve kötüleme içeren bir reklam kampanyası ile *ayran* ürününe ilişkin olumsuz bir algı yaratılarak dürüst rekabet ilkesinin ihlal edildiği, bu itibarla söz konusu reklamların,

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1-b maddesi;

- Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet” ve “Dürüstlük kuralına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” başlıklı 55/1 ve 55/5 inci maddesi,

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 8/1, 9/1, 9/4, 10/1 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**49)**

**Dosya No: 2015/981**

**Şikayet Edilen: Pizza Restaurantları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Etin kalitelisi”*** başlığı ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014-2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün tanıtım broşürü, Afiş, Mağaza içi görselleri

**Tespitler**: Domino’s Pizza ürün tanıtım broşürünün arka sayfasında *“%100 Mutlu Müşteri”* başlığı altında *“Pizzalarımızda kullandığımız* *sosis, sucuk, küp sucuk, pepperoni, New York pepperoni, jambon, Adana baharatlı kebap ürünleri piliç ve/veya hindi etinden üretilmiştir"* ifadesi bulunmasına rağmen broşürün iç yüzünde yer verilen pizza çeşitleri içerik bilgilerinde Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünleri Tebliğine de aykırı olarak bu ürünlerde kullanılan etlerin hangi hayvan türüne ait olduğunun belirtilmediği, diğer taraftan restoran içinde kullanılan afişlerde ise *"Etin Kalitelisi"* ibaresinin yanında büyükbaş hayvan görseli ile birlikte *"Nefis Domino's pizzalarında, Türk damak tadına uygun kalitedeki dana etinin en özel bölgelerinden seçilen etleri kullanırız"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Domino’s Pizza ürün broşürünün arka sayfasında *“%100 Mutlu Müşteri”* başlığı altında *“Pizzalarımızda kullandığımız* *sosis, sucuk, küp sucuk, pepperoni, New York pepperoni, jambon, Adana baharatlı kebap ürünleri piliç ve/veya hindi etinden üretilmiştir"* ifadesi bulunmasına rağmen broşürün iç yüzünde yer verilen pizza çeşitleri içerik bilgilerinde Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünleri Tebliğine de aykırı olarak bu ürünlerde kullanılan etlerin hangi hayvan türüne ait olduğunun belirtilmediği; firmanın pizza çeşitlerinde piliç ve/veya hindi etinden üretilen et ürünleri kullanmasına rağmen Domino’s Pizza restoranlarında yer alan mağaza içi afişlerinde ***"Etin Kalitelisi"*** ibaresinin yanında **büyükbaş hayvan görseli ile birlikte *"Nefis Domino's pizzalarında, Türk damak tadına uygun kalitedeki dana etinin en özel bölgelerinden seçilen etleri kullanırız"* ifadesine yer verildiği, böylece Domino’s Pizza ürünlerinde dana eti kullanıldığı algısı oluşturularak tüketicilerin aldatıldığı ve yanıltıldığı**, diğer taraftan Domino’s Pizza restoranlarında firma ürünlerinde kanatlı eti kullanıldığına dair hiçbir afiş veya görsele yer verilmeyerek tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki önemli bir bilginin tüketici dikkatinden kaçırılarak tüketici güveninin istismar edildiği, bu itibarla inceleme konusu reklam ve tanıtımların,

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

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

- 2012/74 sayılı Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünleri Tebliğinin “Etiketleme” başlıklı 15. maddesinin a, b ve n bentleri;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Pizza Restaurantları 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.

**50)**

**Dosya No: 2015/982**

**Şikayet Edilen: Ferrero Çikolata ve Tarım Ürünleri San. ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Kinder Süt Dilimi”*** isimli ürüne yönelik olarak ***“Masum atıştırmalık”*** sloganı ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ferrero.com.tr](http://www.ferrero.com.tr) adresli internet sitesinin **25.06.2015** tarihli görünümünde, “***Kinder Süt Dilimi, ç****ocuklar hayatı daha yeni tanıyorlar, bu yüzden de çok* *masumlar. Atıştırmalıkları da onlar kadar tatlı ve masum olmalı. Kinder Süt Dilimi, çocukların hak* *ettiği masum atıştırmalık! Tadına doyulmaz masum atıştırmalık”* ifadeleri ile **Reklam Kurulu’nun 14.10.2014 tarih ve 229 sayılı toplantısında** hakkında idari para ve durdurma cezası uygulanan reklam filmine yer verildiği; firmaya ait [www.kinder.com.tr](http://www.kinder.com.tr) adresli internet sitesinin **25.06.2015** tarihli görünümünde, *“Kinder Süt* *Dilimi, tadına doyulmaz masum atıştırmalık”* ifadeleri ile Reklam Kurulu tarafından hakkında idari para ve durdurma cezası uygulanan reklam filmine yer verildiği; yine firmaya ait [www.masumatistirmalik.com](http://www.masumatistirmalik.com) adresli internet sitesinin **25.06.2015** tarihli görünümünde ise, *Kinder Süt Dilimi, tadına doyulmaz masum atıştırmalık. Çocuklar hayatı daha yeni tanıyorlar, bu* *yüzden de çok masumlar. Atıştırmalıkları da onlar kadar tatlı ve masum olmalı. Kinder Süt Dilimi* *ile masum anlar günlüğünüzü yaratın. Kinder Süt Dilimi masum anlar günlüğü uygulamamıza* *katılın. Rozetleri toplamak için hem çocuklarınızla yaşadığınız masum anları yükleyin hem de diğer* *kullanıcıların gönderilerini beğenin ve paylaşın. Masum hediyeler sizleri bekliyor. Masum* *atıştırmalık budur! İki dilim yumuşacık kek arasındaki taptaze sütlü krema vetatlı mı tatlı baldan* *oluşan Kinder Süt Dilimi, gün içerisinde atıştırmalık olarak tüketilebilir. Sadece buzdolabında!* *Kinder Süt Dilimi, içeriğindeki doğal bileşenler nedeniyle her zaman buzdolabında saklanmalıdır.* *Kinder 40 yıldır anne ve çocukların ihtiyaç ve beklentilerini inceliyor. Bu global deneyim ile ürettiği* *tadına doyulmaz masum bir atıştırmalık: Kinder Süt Dilimi”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca firma tarafından muhtelif alışveriş merkezlerinde *“Masum atıştırmalık sizden, hatırası bizden,* *tadına doyulmaz masum atıştırmalık”* sloganlı afişlerle fotoğraf etkinlikleri düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Reklam Kurulu’nun 14.10.2014 tarih ve 229 sayılı toplantısında**, Ferrero Çikolata ve Tarım Ürünleri San. ve Dış Ticaret A.Ş. tarafından ***“Kinder Süt Dilimi”*** isimli ürüne ait 2014 yılı Ocak ayı içinde ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlara ilişkin olarak;*“Üniversiteyi de kazandı ya sevinçten etekleri zil çalıyor. Çalıyor muydu gerçekten? Benim masum**bebeğim, bir şeyler atıştırmak ister misin? Evet. Benim kızım kadar masum bir atıştırmalığım var.**Gizemciğim ne var onun içinde? Kinder Süt Dilimi’nin içinde buzdolabında sakladığımız**masumiyet var. İki dilim yumuşacık kekin arasında taptaze sütlü krema ve bal. Kinder Süt Dilimi**tadına doyulmaz masum atıştırmalık.”*, *“Hem çocuklarımızı hem de biz anneleri mutlu eden* ***masum bir atıştırmalık*** *bulmanın ne kadar zor olduğunu biliyoruz. Neyse ki, Kinder Süt Dilimi ile tüm**annelerin içi rahat. Kinder Süt Dilimi’ni bir anne olarak ben de tavsiye ediyorum. Mesela**çocuğunuz bir şeyler atıştırmak istiyorsa Kinder Süt Dilimi harika bir seçim. İki dilim yumuşacık**kek, bol bol sütlü bir krema ve bir damla baldan oluşan bu ürün****, çocuklar gibi masum mu masum. Kinder Süt Dilimi’ni tüm marketlerde soğuk dolaplarda bulabilirsiniz. Neden? Çünkü Kinder Süt Dilimi’nin içinde doğal bileşenler var. Bu nedenle buzdolabında muhafaza edilmesi gerekiyor.*** *Koruyucu ve renklendirici de içermiyor.* ***İşte bunlar Kinder Süt Dilimi’ni masum kılan özellikleri.*** *Çocuklar bu hayatta çok masumlar bu yüzden de her şeyin en masumunu hak ediyorlar.**Kinder Süt Dilimi masum çocukların hak ettiği* ***masum bir atıştırmalık****.”* ifadelerine yer verilmeksuretiyle, esas itibariyle çocukların tüketimine yönelik olarak üretilen söz konusu ürünün “**masumbir atıştırmalık**” olduğunun vurgulandığı, böylece tüketiciler nezdinde anılan ürünün tamamendoğal, saf, katıksız bir ürün olduğu izlenimi yaratıldığı, oysa ürün içeriğinde doğal olmayanbileşenlerin bulunduğu, ayrıca ***“çocuklar gibi masum”*** ifadesinin kullanılması suretiyle ürün veçocuklar arasında bir masumiyet kıyası yapıldığı ve bu nedenle bu durumun anne ve babalarınçocuklarına karşı olan hislerini ve çocukları istismar edici nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu **görüş ve kanaatine varılarak anılanreklamlar hakkında idari para ve durdurma cezaları uygulandığı ve söz konusu cezayı içeren ceza tebligatının firmaya 12.11.2014 tarihinde tebliğ edildiği;**

Bununla birlikte, firmayaa ait [www.ferrero.com.tr](http://www.ferrero.com.tr) adresli internet sitesinin **25.06.2015** tarihli görünümünde, “***Kinder Süt Dilimi, ç****ocuklar hayatı daha yeni tanıyorlar, bu yüzden de çok* *masumlar. Atıştırmalıkları da onlar kadar tatlı ve masum olmalı. Kinder Süt Dilimi, çocukların hak* *ettiği masum atıştırmalık! Tadına doyulmaz* ***masum atıştırmalık****”* ifadeleri ile Reklam Kurulu tarafından hakkında idari para ve durdurma cezası uygulanan reklam filmine yer verildiği; firmaya ait [www.kinder.com.tr](http://www.kinder.com.tr) adresli internet sitesinin **25.06.2015** tarihli görünümünde, *“Kinder Süt* *Dilimi, tadına doyulmaz* ***masum atıştırmalık****”* ifadeleri ile Reklam Kurulu tarafından hakkında idari para ve durdurma cezası uygulanan reklam filmine yer verildiği; yine firmaya ait [www.masumatistirmalik.com](http://www.masumatistirmalik.com) adresli internet sitesinin **25.06.2015** tarihli görünümünde ise, *“Kinder Süt Dilimi, tadına doyulmaz* ***masum atıştırmalık****. Çocuklar hayatı daha yeni tanıyorlar, bu* *yüzden de çok masumlar. Atıştırmalıkları da onlar kadar tatlı ve masum olmalı. Kinder Süt Dilimi* *ile masum anlar günlüğünüzü yaratın. Kinder Süt Dilimi masum anlar günlüğü uygulamamıza* *katılın. Rozetleri toplamak için hem çocuklarınızla yaşadığınız masum anları yükleyin hem de diğer* *kullanıcıların gönderilerini beğenin ve paylaşın. Masum hediyeler sizleri bekliyor. Masum* *atıştırmalık budur! İki dilim yumuşacık kek arasındaki taptaze sütlü krema vetatlı mı tatlı baldan* *oluşan Kinder Süt Dilimi, gün içerisinde atıştırmalık olarak tüketilebilir. Sadece buzdolabında!* *Kinder Süt Dilimi, içeriğindeki doğal bileşenler nedeniyle her zaman buzdolabında saklanmalıdır.* *Kinder 40 yıldır anne ve çocukların ihtiyaç ve beklentilerini inceliyor. Bu global deneyim ile ürettiği* *tadına doyulmaz masum bir atıştırmalık: Kinder Süt Dilimi”* ifadelerine yer verildiği, ayrıca firma tarafından muhtelif alışveriş merkezlerinde *“Masum atıştırmalık sizden, hatırası bizden,* *tadına doyulmaz masum atıştırmalık”* sloganlı afişlerle fotoğraf etkinlikleri düzenlendiği, böylelikle Reklam Kurulu tarafından mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı olduğu gerekçesi ile idari para ve durdurma cezaları ile cezalandırılan reklam ve tanıtımların adı geçen internet sitelerinde yayından kaldırılmayarak aynı ifadeler ve görsellerle devam ettirildiği, bu durumun da tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu görüş ve kanatine varılarak anılan reklam ve tanıtımların,

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

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 24/1-a, 24/1-h ve 26/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ferrero Çikolata ve Tarım Ürünleri San. ve Dış Ticaret 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.

**51)**

**Dosya No: 2014/1551**

**Şikayet Edilen: Dikey Vitamin Kozmetik Ve Gıda Takviyeleri Paz. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vitaminler.com](http://www.vitaminler.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.vitaminler.com](http://www.vitaminler.com) adresli internet sitesinin 09.03.2015 tarihli görünümünde; ”***Sindirim Probiyotik Ürünleri*** başlığı altında*; “Probiyotikler; kandaki şeker seviyesinin dengelenmesine yardımcı olabilir. Bağırsaktaki faydalı bakterilerin sayısının artışına yardımcı olabilir.* ***Kabızlık ve ishal*** *gibi bağırsak faaliyet sorunlarının düzenlenmesine yardımcı olabilir.* ***Kolon kanserine yardımcı olabilir****.* ***Glukozamin ve Eklem***başlığı altında; “*Glukozamin; eklemlerdeki kıkırdak dokunun desteklenmesine yardımcı olabilir.* ***Yaşınız ilerledikçe vücudunuzdaki doğal glukozamin seviyesi azalır ve eklemleriniz için glukozamin desteği ihtiyacı artabilir. Eklem kaynaklı ağrılar için faydalı olabilir.*** *Aynı zamanda* ***romatoid artrit ve benzeri iltihaplı bağırsak sorunları, astım, alerji, kronik venöz yetmezlik, spor yaralanmaları, temporomandibular eklem sorunaları (TME) ve kronik bel ağrısı*** *gibi sorunlara yardımcı olabilir. Glukozamin* ***mide sorunlarına karşı yemekler ile birlikte kullanılmalıdır. Glukozamin’in herhangi bir besin kaynağından yeterli miktarda alınması epey zordur. Vitaminler*** başlığı altında*; İnsan vücudu bazı vitaminleri üretemez veya ihtiyacından az seviyede üretebilir.* ***A vitamini;*** *göz problemlerine, bağışıklık sistemine, proteinlerin verimli kullanılmasına yardımcı olabilir****. B vitamini;*** *strese ve depresyona,* ***kalp sorunlarına****, hafızayı desteklemeye yardımcı olabilir.* ***C vitamini;*** *soğuk algınlığına ve bağışıklık sistemine, kalp sorunlarına ve gözlerimizi desteklemeye yardımcı olabilir.* ***D vitamini;*** *kalsiyum emilimine ve kemiklere, kas ve* ***kemik ağrılarına, kan basıncı, kalp ve damarlarımıza*** *yardımcı olabilir.* ***E vitamini;*** *hücre zarı, akciğer ve akyuvarları desteklemeye, antioksidan etkisi ile kalp ve damarlarımıza, kesik ve yaraları desteklemeye yardımcı olabilir.* ***K vitamini;*** *kemikler için ve Osleoporos’a karşı, atardamar sertleşmesine,* ***beyin desteği ve bunama etkilerine*** *karşı yardımcı olabilir.* ***Mineraller*** başlığı altında; “***Kalsiyum****; kemik oluşumu ve kemik yapısı için, kan basıncının dengelenmesine yardımcı olabilir.* ***Krom****; şeker sorunları için kandaki şeker miktarının kontrol edilmesine, kas yapısının desteklenmesine yardımcı olabilir.* ***Krom eksikliği, yüksek kolesterole sebep olabilir****.* ***Demir****; vücutta oksijen dolaşımının düzenlenmesine, kaslarımızın korunmasına, beynin korunmasına yardımcı olabilir.* ***Magnezyum****; kalp rahatsızlıklarına karşı korunmaya, şeker ve diyabete karşı korunmaya, kramp ve benzeri kas yıpranmalarına karşı yardımcı olabilir.* ***Selenyum;*** *antioksidan özelliğe sahiptir ve hücrelerinizin hasarlardan korunmasına yardımcı olabilir.* ***Çinko****; soğuk algınlığına karşı, kemik yapısının desteklenmesine ve dikkat problemlerine karşı yardımcı olabilir.* ***Redoxon C Vitamini Çinko Efervesan Tablet*** adlı ürüne yönelik olarak; “*İçeriğindeki C vitamini ve Çinko ile* ***bağışıklık sisteminizi korumaya yardımcı*** *olabilecek bir gıda takviyesidir.* ***New Life Enginar Özü Kapsül*** adlı ürüne yönelik olarak; “*İçeriğindeki enginar ve hindiba sinerjik bir etki gösterir. Hindiba toksinlerin atılmasına yardımcı olabileceğinden detoks için önemlidir.* ***Enginar özü karaciğerin kendini yenileme özelliğini destekleyebilmektedir****.”* 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 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/h, 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 **Dikey Vitamin Kozmetik Ve Gıda Takviyeleri Paz. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2015/744**

**Şikayet Edilen: Nazan Cihangir Sağlık Ürünleri Gıda Dağıtım Paz. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.activenaturalhealth.com](http://www.activenaturalhealth.com) adresli internet sitesinin 24.04.2015 tarihli görünümünde yer alan muhtelif ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.activenaturalhealth.net](http://www.activenaturalhealth.net) adresli internet sitesinin 24.04.2015 tarihli görünümünde; *“****X-Man Power”*** adlı ürüne yönelik olarak; “*72 saat etkili onaylı formül X-Man…X-Man bitkisel macun kullanırken endişe etmenize gerek yok. Çünkü X-Man Bitkisel Macun T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı izni ile Türk Gıda Kodeksine uygun olarak üretilmiştir. GMP sertifikalıdır. Özel makinelerde el değmeden üretilmiştir. Yüzyıllar boyunca alternatif tıpta kullanılan ve cinsel performansı arttırmaya yardımcı olduğu düşünülen bitkilerin çok özel karışımından oluşan X-Man Bitkisel Macun, kimyasal maddeler içermemektedir.  
  
Doğanın gücünü bir kapsülde toplayan X-Man Bitkisel Macun doğada ki en etkili afrodizyak bitkilerin birleşiminden meydana gelmiştir.*

*%100 doğal içeriğinden ötürü hiç bir yan etkisi bulunmaz reçetesiz satılır X-Man Macunu gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz.*

*X-Man bitkisel macun içeriğindeki bitki özleri, cinsel isteği arttırmada, enerji sağlamada ve sürekli kılmakta erkeklere yardımcı olmaktadır.*

*1 Kapsül X-Man Bitkisel Macun ile kendinizi eskisinden çok daha dinç ve kuvvetli hissedeceksiniz.  
  
Senin Markan, Senin Kaliten, Gerisi Ona Sahip Olmakta!!!*

*Etkileri ve Faydaları Nelerdir...*

*X-Man Bitkisel Macun Etkileri Doğada ki en etkili afrodizyakların birleşiminden meydana gelmiş olan X-Man Bitkisel Macun En Çok Tercih Edilen macunlardan biridir.  
  
Uzun süreli enerjiye ve dayanıklılığa Yaşam kalitenizi arttırmayaYüzyıllar boyunca alternatif tıpta kullanılan ve cinsel performansı arttırmaya yardımcı olduğu düşünülen bitkilerin çok özel karışımından oluşan X-Man Bitkisel Macun, kimyasal maddeler içermemektedir.  
  
Doğanın gücünü bir kapsülde toplayan X-Man Bitkisel Macun doğada ki en etkili afrodizyak bitkilerin birleşiminden meydana gelmiştir.*

*%100 doğal içeriğinden ötürü hiç bir yan etkisi bulunmaz reçetesiz satılır X-Man Macunu gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz.*

*X-Man bitkisel macun içeriğindeki bitki özleri, cinsel isteği arttırmada, enerji sağlamada ve sürekli kılmakta erkeklere yardımcı olmaktadır.*

*1 Kapsül X-Man Bitkisel Macun ile kendinizi eskisinden çok daha dinç ve kuvvetli hissedeceksiniz.  
  
Yüzyıllar boyunca alternatif tıpta kullanılan ve cinsel performansı arttırmaya yardımcı olduğu düşünülen bitkilerin çok özel karışımından oluşan X-Man Bitkisel Macun, kimyasal maddeler içermemektedir. Doğanın gücünü bir kapsülde toplayan X-Man Bitkisel Macun doğada ki en etkili afrodizyak bitkilerin birleşiminden meydana gelmiştir. %100 doğal içeriğinden ötürü hiç bir yan etkisi bulunmaz reçetesiz satılır X-Man Macunu gönül rahatlığıyla kullanabilirsiniz. X-Man bitkisel macun içeriğindeki bitki özleri, cinsel isteği arttırmada, enerji sağlamada ve sürekli kılmakta erkeklere yardımcı olmaktadır. 1 Kapsül X-Man Bitkisel Macun ile kendinizi eskisinden çok daha dinç ve kuvvetli hissedeceksiniz. Senin Markan, Senin Kaliten, Gerisi Ona Sahip Olmakta !!! Etkileri ve Faydaları Nelerdir... X-Man Bitkisel Macun Etkileri Doğada ki en etkili afrodizyakların birleşiminden meydana gelmiş olan X-Man Bitkisel Macun En Çok Tercih Edilen macunlardan biridir. Uzun süreli enerjiye ve dayanıklılığa Yaşam kalitenizi arttırmaya Cinsel isteksizlik ve iktidarsızlık problemlerine çözüm sunmaya, Partneriniz ile mükemmel anlar yaşamanıza. Cinsel organa kan basıncını artırmaya. Sertleşme problemini ortadan kaldırmaya, Erken boşalma problemini gidermeye, Cinsel arzularınızı geliştirmeye Gün içi yaşanan stres ve yorgunluğu gidermeye, Cinsel gücünüzü kuvvetlendirmeye, Etki Süresince cinsel performansınızda herhangi bir azalma olmamasına, Cinsel ilişkilerinizden haz almanıza… Partnerinizle mükemmel anlar yaşamanıza, hiçbir yan etkisi olmayan X-Man doğal bir gıda takviyesi olarak yardımcı olacaktır. Kullanımından 1 Saat sonra etkisini gösterir. Etkisi 3 gün süreyle devam eder Her daim sert bir ereksiyon hali ile arka arkaya ilişki gücünü kendinizde bulamıyor iseniz doğru ürünü tercih etmektesiniz.”* “Active Natura Health” adlı Facebook sayfasında, **“*Keçiboynuzu Özü Special Kids”*** adlı ürüne yönelik olarak; “*Active Natural Health Keçiboynuzu Özü içerdiği kalsiyum, fosfor, demir, bakır, mangan, çinko, A, B1, B2, B6, B12, E, D vitaminleri sayesinde artık çocuklarınız daha iştahlı, daha sağlıklı, daha zeki, daha akıllı, okulda daha başarılı ve hastalıklara karşı daha dirençli…”* 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, 42/2 ve 42/5 maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Nazan Cihangir Sağlık Ürünleri Gıda Dağıtım Paz. Ve Tic.Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2015/398**

**Şikayet Edilen: Özgür KOŞAR**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hedeskozmetik.com](http://www.hedeskozmetik.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlerine ve gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.hedeskozmetik.com](http://www.hedeskozmetik.com) adresli internet sitesinin, 11.06.2015 tarihli görünümünde; **“Vitamin C&C Facial Serum”**adlı ürüne yönelik olarak; “*Güçlü Vitamin-C serum çevresel nedenlerle oluşan cildi hasarlarından korur veya tedavi eder. Ayrıca yaşlanmadan dolayı oluşan kollajen bireşimlerini uyandırır. Vitamin-C klinik çalışmalar sonucunda kanıtlanmış güçlü ve yararlı bir antioksidandır. Klinik çalışmalar uyuşuk cilt hücrelerini canlandırıldığını göstermektedir. Vitamin C&C pazardaki rakipleri arasında en başarılı kombinasyon olup, Alphaderma CE ile beraber kullanıldığı takdirde yüksek sonuç elde edilir.”* ***“*Neuropeptide Deep Wrinkle Serum”** adlı ürüne yönelik olarak; “*Perricone Facial Contour içeriğinde bulunan DMAE ile sinir hücrelerinin birbiri arasında etkileşimi sağlar ve cildin gerginliğini artırarak genç, diri bir görünüm kazandırır. Neuropeptide formulüyle anında anti-aging etkisi göstererek cilt hücrelerinin yenilenmesine yardımcı olur. Çene hattı boyunca, boyun ve dekolteye uygulandığında, keskin ve tonlu bir görünüm yaratan bu özel ürün ile etkinin hızlanması sağlanır. Etkin bir biçimde cildin sıkılaşmasına ve toparlanmasına yardımcı olur ve boyun bölgesinde sıkça karşılaşılan buruşmuş görünümü en aza indirir.”* ***“*Organix Moroccan Argan Oil Saç Dökülmelerine Karşı Şampuan”** adlı ürüne yönelik olarak; *“Mevsimsel ve hastalığa bağlı saç dökülmelerini engellemede etkili olup, dökülen saçların yeniden çıkmasını ve saçların sağlıkla uzamasını yardımcı olur. Düzenli kullanımda argan yağının yoğun nemlendirme ve koruma özelliği ile saçın zamanla kaybettiği elementlerin yenilenmesini ve saç köklerinin güçlenmesini destekler. İçeriğinde bulunan Omega3 ve Omega9 yağ asitleri saç derisi tarafından hızla emilerek, zarar görmüş saç köklerini onarmaya yardımcı olur.”,* “**BHA Sallıcylık Cleanser**” adlı ürüne yönelik olarak; “*Salyclic Acid gün içinde cildinizin üst katmanındaki hasar görmüş birikmiş hücre tabakasını soyarak kaldırır. Salyclic Acid, bir başka deyişle Beta-Hydroxy Acid, çok etkili bir yüzeysel soyucu ajan ve gözenek açıcıdır. Salyclic acid ciltteki ölü hücreleri, yaşlanma belirtilerini, cilde yapışmış yağları ve kirli maddeleri atar, yerine yeni cilt hücrelerinin üretimini tetikler ve aynı zamanda da kollajen oluşumunu destekler.”* Şeklinde kozmetik tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir. Bunun yanında **“Antistax Jel”, “St Herb Nano Göğüs Kremi” ve “Hamilton Optimal Losyon”** adlı ürünlere ilişkin endikasyon belirten ifadelerin, anılan internet sitesinde bulunan ve **Kozmetik Mevzuatına** tabi olan tüm kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve **etkileri geçici olan ürünler olmasından ötürü, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aştığı ve yanıltıcı sağlık beyanları niteliğinde değerlendirildiği**; öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik” veya 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, Diğer taraftan,sitenizin 03.04.2015 tarihli görünümünde, ***“*Life Time Co-Enzyme Q10 60mg”** adlı ürüne yönelik olarak; **“***Co-Enzyme Q10 bir vitamin veya amino asit değildir. Sağlığımız için çok önemli ve yeterli miktarda alınması hayati önem taşıyan bir besindir. Co-Enzyme Q10, hücrelerin daha uzun yaşamasını sağlayan, hücrelerdeki enerji üretimi için de gerekli bir maddedir. Yeterli miktarda alındığında en iyi sağlık seviyesi için gerekli tüm fonksiyonları düzenler. Co-Enzyme Q10 vücudumuzu yıkıcı serbest radikallerden korur ve bağışıklık sistemimizi güçlendirir. Bu da kalp hastalıklarını önlemekte ve tedavi etmekte, şeker hastalığında, yüksek tansiyonda, kanser ve nörolojik bozuklukları önlemede bize yardımcı olur. Yaşlanma sürecini geciktirici etkide de bulunabilir. Yediğimiz yiyeceklerde sadece az miktarda Co-Enzyme Q10 bulunur ve bu hiçbir zaman maksimum etkiyi sağlayacak düzeyde olamaz. Co-Enzyme Q10, depolanmış yağı enerji üretmede kullanarak kilo vermenize yardımcı olabilir. Co Enzyme Q10 dişeti ve ağız sağlığı ile ilgili çalışmalara konu teşkil eder. Varılan bilimsel sonuçlarda, alınan 90mg ve üzeri Co Enzyme Q10 miktarlarının anaerobik(oksijene ihtiyaç duymayan) bakterilerin ağız ortamındaki gelişimlerini engellediğini ve dişeti iltihaplanması ve diş çürüğü risklerini azatlığını gözlenmiştir.***” ş**eklinde 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, ve 7 nci maddeleri,

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 5/h, 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 **Özgür KOŞAR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2015/736**

**Şikayet Edilen: Selim YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.yosuncayi.com](http://www.yosuncayi.com) ve [www.fitchoy.com](http://www.fitchoy.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Fitchoy”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.yosuncayi.com](http://www.yosuncayi.com) ve [www.fitchoy.com](http://www.fitchoy.com) adresli internet sitelerinin 11.06.2015 tarihli görünümünde; *“****Fitchoy”*** adlı ürüne yönelik olarak; “*Troid fonksiyonlarını uyararak yağ metabolizmasının çalışmasını hızlandırmaya yardımcı olur. Deniz yosunu tokluk hissi verdiğinden dolayı rejim yapanlara ve zayıflamaya çalışanlara yardımcı olmaktadır. Tokluk hissi vermeye yardımcıdır. Metabolizmayı hızlandırır. Bel-kalça ve basen bölgesindeki birikmiş yağların yakılmasında etkilidir. Doku yenilenmesinde etkilidir. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Anti-aging etkisi vardır. Obeziteye karşı yosun… İşte zayıflığın sırrı…* **Ünlü Diyetisyen Müge Aksu Beyazıt Öneriyor!** *Japonların dünyadaki en uzun yaşayan ve belki de en sağlıklı yaşayan insanlar olduğunu söyleyen uzmanlar, “Global olarak obezite görülmesi en düşük oranlarda olan bir ülkedir ve Batı ile karşılaştırıldığında kalp hastalığı görülme oranı daha düşüktür. Japonların neden daha uzun süre yaşadıkları kesin olarak bilinmese de büyük olasılıkla diyetlerinin etkiledikleri düşünülmektedir. Beslenme alışkanlıkları değerlendirildiğinde aynı gün içerisinde hastalıkla savaşan besinlerin çoğunu yeme eğiliminde oldukları görülmüştür. Bu bağlamda Japon diyetinin belirli bileşenlerini benimsemek sağlığa artı bir fayda sağlayacaktır.” Şeklinde görüş bildirmişlerdir*. *Sağlıklı kilo vermeyi kim istemez? Deniz yosunu kilo vermede çok yararlı olan şifalı bir bitkidir. Mitakondrilerde enerji oluşumunu arttırarak metabolizmayı hızlandırır.* ***Kansere karşı koruyucudur ve anti tümör etkiye sahiptir.*** *Enerji seviyesini arttırır. Zayıflama diyeti programlarının yan etkilerini giderir. Sağlıklı kilo kaybına yardımcı olur. Uzak Doğuda yetişen wakame yüksek proteinli, yüksek kalsiyumlu, içinde iyot, karoten, demir ve C vitamini bulunan birtür kahverengi deniz yosundur. Wakame içeriğinde bulundurduğu fucoxanthin ve vitaminlerle vücudun yağ yakımını hızlandırarak dengeli bir şekilde forma sokar. Doğadan Sağlıklı Bitkiler; Fucoxanthin… Günümüzde kişilerin zayıflamak için ve sağlıklı bir hayat sürdürebilmek için fazla kilolarından kurtulmak uğruna ne zahmetlere katlandıkları herkes tarafından önemle bilinmektedir. İşte Fucoxanthin’in etkisi sayesinde bu problem olmaktan kolaylıkla çıkabilmektedir. Fucoxanthin’in yararlarını da şu şekilde sıralayabiliriz****; Hücre yenilemesine ve cilt güzelliğine yardımcı olmaktadır. Kilo vermeye yardımcıdır. C vitamini ve demir açısından zengin, güçlü antioksidandır. Özellikle, göbek, basen, kalça bölgelerinde bulunan beyaz yağ dokusunun eritilmesinde aktif rol oynar. Ayrıca, Japon halkı esmer yosunundan elde edilen Fucoxanthin’i Mitso çorbasında veya salatalarda da tüketmektedir. Japonların uzun yaşamaları, obezitenin olmamasına ve kanser vakalarına çok az rastlanmasının bir nedeninin de fucoxanthin olduğu düşünülüyor.*** *Hücre yenilemesine ve cilt güzelliğine yardımcı olmaktadır. Kilo vermeye yardımcıdır. C vitamini ve demir açısından zengin, güçlü antioksidandır. Özellikle, göbek, basen, kalça bölgelerinde bulunan beyaz yağ dokusunun eritilmesinde aktif rol oynar. Ayrıca, Japon halkı esmer yosunundan elde edilen Fucoxanthin’i Mitso çorbasında veya salatalarda da tüketmektedir. Japonların uzun yaşamaları, obezitenin olmamasına ve kanser vakalarına çok az rastlanmasının bir nedeninin de fucoxanthin olduğu düşünülüyor. Sağlıklı yaşam için hayatımızın vazgeçilmezi iyot… Troid yetmezliği metabolizmayı yavaşlatan ve bu nedenle kişilerde önceki kilolarına göre %15-30 oranında kilo almasına neden olan bir hastalıktır. Metabolizma için çok gerekli olan troid hormonlarının üretimi için iyot alınmalıdır. İyot en çok deniz yosunu ve deniz ürünlerinde bulunur. Dünya Sağlık Örgütü iyot eksikliğinin başlıca etkilerini yavaş işleyen metabolizma, sıra dışı kilo alma, kilo vermeme, kuru-pullu cilt, sürekli yorgunluk ve guatr olarak belirtmiştir. Fitchoy’un içeriği; WAKAME* *Uzak Doğuda yetişen wakame içinde iyot, yüksek proteinli, yüksek kalsiyumlu, içinde karoten, demir ve C vitamini bulunan birtür kahverengi deniz yosunudur. Wakame içeriğinde bulundurduğu fucoxanthin ve vitaminlerle vücudun yağ yakımını hızlandırarak dengeli bir şekilde forma girmesini sağlar.* *KİRAZ SAPI (Prunus Avium)* *Kiraz sapı ile hazırlanan zayıflama çayı metabolizmayı hızlandırır ve vücuttaki ödemin atılmasında oldukça yüksek etki sağlar. BİBERİYE (Rosmarinus Officinalis) Hafızayı güçlendirir. Konsantrasyonu artırır. Hazımsızlığı giderir. Toksinlerin vücuttan atılmasını hızlandırır. PAPATYA (Matricaria Recutita) Yüzyıllardır uyku bozukluklarının tedavisinde, soğuk algınlığına ve mide rahatsızlıklarına karşı kullanılan papatya üzerine 20 yıldan bu yana yapılan araştırmalar geleneksel olarak kullanımının yararlarını bilimsel sonuçlarla destekliyor*. *MATE (Ilex Paraguariensis) Mate yaprakları uyarıcı etkisi dışında içerdiği 24 vitamin, 15 amino asit ve antioksidanlarla vucudu ve bağışıklık sistemini güçlendirmek için kullanılmaktadır. Kilo vermeye yardımcı olur. SİNAMEKİ (Cassia Acutifolia) İlk kullanımı ile ilgili belgeler MS 9 yüzyılda Arap Yarımadasına kadar gitmektedir. Bağırsakları temizlemek için kullanılır. Şişliği alır.Müshil etkisi vardır.İştahı kapatır, diyet yapanlara yardımcı olur papatya kalabilir AMBER ÇİÇEĞİ (Hibiscus Abelmoschus) Beslenme takviyelerinin başında sayılabilecek olan hibiskus cilt yenilemeden böbrek hastalıklarına kadar sayısız hastalığa deva olabilmektedir. KARANFİL (Eugenia Caryophyllata) Sindirimi düzenler. Şişkinliği alır.Güçlü bir antiseptiktir Kan dolaşımını hızlandırır MISIR PÜSKÜLÜ (Zea Mays) Çin'de ise diyabete karşı geleneksel olarak tüketilen bitkisel ürünler arasında yer almaktadır. BARUT AĞACI KABUĞU (Rhamnus Frangula) Kabızlığı giderir. İdrar söktürücüdür. Siroz, ve sarılık gibi, kaynağı karaciğer olan hastalıklarda etkilidir. FUNDA YAPRAĞI (Calluna Vulgaris) Yüzyıllardır yaşlılığın etkilerinin azaltılmasından cildi güzelleştirmeye kadar pek çok farklı amaçlarla kullanılmıştır. TARÇIN (Cinnamomum zeylanicum) Tarçının 100’den fazla türü bulunmaktadır. Dolaşımını artırır. Kilo vermeye yardımcı olur. Kan şekerini düzenler.”* 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 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 sayılı 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 **Selim YILMAZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2014/1340**

**Şikayet Edilen: Mahmut Tekstil Teknoloji ve Elektronik San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.drsalt.net](http://www.drsalt.net) adlı internet sitesinde yer alan ***“Dr.Salt Sıvı Tuz”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: *www.drsalt.net* adlı internet sitesinin 04.06.2015 tarihli görünümünde; *“Sıvı Kaynak Tuzları, içerdiği minerallerden dolayı lezzetli ve etkilidir. Dr Salt'ın geliştirdiği sprey formuyla normal tuza göre daha ekonomik ve hijyeniktir. Hiçbir işlem görmeden, doğal kaynağından direkt dolum yapılır ve rafine değildir… DOĞAL SIVI KAYNAK tuzun faydaları geçmişte tarihi bilgilerle örtüşürken, günümüzde DR.SALT ile tekrar ortaya çıkıyor…Amerika'da ve Avrupa’da çok tüketilen sıvı tuza sağlığa faydalarından dolayı "Altın Su" denilmektedir… Sıvı Tuz, barındırdığı zengin mineraller ile insan sağlığını bir çok yönden olumlu etkiler. Özellikle Tuz Banyosu ile vücutta oluşan yorgunluk ve halsizliğin giderilmesine yardımcı olur…Zindelik enerji verdiğini hissediyorum…Cildimdeki sivilcelere çok iyi geldi…Boğaz ağrıma çok iyi geldi…Diş eti kanamalarına çok iyi geliyor…”* şeklindeifadelere yer verildiğitespit 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 ”* 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, 40/1-d, 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 **Mahmut Tekstil Teknoloji ve Elektronik San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2015/581**

**Şikayet Edilen: Yıldız Holding A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Ülker Saklı Köy Kremalı Bisküvi”***  isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Söz konusu reklam ve tanıtımlarda “taş değirmende öğütülmüş özel undan yapılmıştır.” İfadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayet konusu iddianın firma tarafından sunulan belgeler ve raporlar doğrultusunda gerçek dışı olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı tespit edilmiş olan söz konusu ifadelerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ/DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**57)**

**Dosya No: 2015/843**

**Şikâyet Edilen: Kuralkan Motorlu Araçlar A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Bajaj Discover 150F”*** markalı motosiklete ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2015 - 26.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 07.03.2015 - 26.06.2015 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan Bajaj Discover 150F (motosiklet) adlı ürüne ilişkin reklamda; motosiklet sürücüleri tarafından trafikte seyreden diğer araçların bulunduğu şeride kontrolsüzce ve tehlikeli geçişler yapıldığı, yine sürücüler tarafından seyir halindeyken ellerini yana açma ve trafikte yan yana seyrederken yumruklarını tokuşturma şeklinde trafik güvenliğini tehlikeye düşürecek hareketler yapıldığı, diğer taraftan reklamda “%40 daha güçlü” ve “1 litre ile 72 km’ye kadar yol” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 07.03.2015 - 26.06.2015 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan Bajaj Discover 150F (motosiklet) adlı ürüne ilişkin reklamda; motosiklet sürücüleri tarafından trafikte seyreden diğer araçların bulunduğu şeride kontrolsüzce ve tehlikeli geçişler yapıldığı, yine sürücüler tarafından seyir halindeyken ellerini yana açma ve trafikte yan yana seyrederken yumruklarını tokuşturma şeklinde trafik güvenliğini tehlikeye düşürecek hareketler yapıldığı, ayrıca söz konusu reklamın “trafiğe kapalı alanda” çekildiğine dair herhangi bir ibareye yer verilmediği, diğer taraftan reklamda yer alan “%40 daha güçlü” ve “1 litre ile 72 km’ye kadar yol” ifadelerinin hangi kanıtlara dayandırıldığı ile ilgili olarak tüketicilerin reklam ana mesajında ya da alt yazı vasıtasıyla bilgilendirilmediği, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**58)**

**Dosya No: 2014/1624**

**Şikayet Edilen: :** **Türk Philips Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Philips Akıllı Azur”***isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2014-28.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Türk Philips Ticaret A.Ş. tarafından *“Philips Akıllı Azur Ütü”* isimli ürünün tanıtımına ilişkin olarak 01.10.2014-28.10.2014 tarihleri arasında televizyon mecrasında yayınlanan reklamların 13 saniyelik versiyonunda yer alan dış ses içerisinde, *“Bir ütü daha ne kadar akıllı ve güçlü olabilir? Philips Akıllı Azur ısı ayarını kendi yapar, güvenle ütülemenizi sağlar. Dünyanın 1 numaralı ütü markası Philips’ten”* şeklinde ifadelere ve *“İyonize derin buhar teknolojisi”,* *“İpek kot ısı ayarı yok!”, “2002-2013 Euromonitor satış adedi sonuçlarına göre”* şeklinde durağan yazı metnine yer verildiği; “Kanal D” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan “Magazin D” ve “Cümbür Cemaat”; “ATV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan “Zahide Yetiş ile Hayata” adlı programlar için hazırlanan reklamlarda *“Dünyanın 1 numaralı ütü markası Philips’ten müjde. Efsane Philips Azur hem iyonize hem çok akıllı. Philips Akıllı Azur’un iyonize derin buhar gücü en zor kırışıklıkları bile zahmetsizce açar. İçindeki akıllı çip sayesinde ise tabanını her zaman en ideal sıcaklıkta tutar. Böylece ısı ayarı yapmadan, yakmadan tüm kumaşları art arda ütüleyebilirsiniz. İşte ipekli ve kot kumaşları hiç ayar yapmadan ütülüyoruz ve sonuç mükemmel. Şimdi ise onuncu yılında Philips’in efsane ütü ailesi Azur yeni kolay kireç temizleme sistemine sahip Azur Performer’ın aileye katılmasıyla çok daha güçlü. Artık genişleyen Azur ütü ailesinde siz mükemmeliyetçi hanımların her ihtiyacına cevap verecek benzersiz bir teknoloji bulmak mümkün. Philips işte bu nedenle teknoloji harikası Azur ütülerine çok güveniyor ve eğer memnun kalmazsanız para iade garantisi sunuyor. Philips Akıllı Ütü ailesi. Sizce bir ütü daha ne kadar akıllı ve güçlü olabilir?”* şeklinde ifadeler ile *“2002-2013 Euromonitor satış adedi sonuçlarına göre”* ve “*Para iade garantisi 31 Aralık 2014 tarihine kadar satın alınan tüm Azur ütü modelleri için geçerlidir. Detaylar için Kayra Group: 0216 355 47 77”* şeklinde alt yazı metnine yer verildiği; “Show TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan *“Pazar Sürprizi”* , “Fox TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan *“Esra Erol’la Evlen Benimle”* ve“Star TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında yayınlanan *“Melek”* adlı programlar için hazırlanan reklamlarda, *“Dünyanın 1 numaralı ütü markası Philips’ten müjde. Efsane Philips Azur hem iyonize hem çok akıllı. Philips Akıllı Azur’un iyonize derin buhar gücü en zor kırışıklıkları bile zahmetsizce açar. Normal buhar zerrecikleri kumaşın sadece yüzeyinde kalırken, Akıllı Azur’da bulunan iyonize buhar zerrecikleri kumaşın en derinlerine nüfuz eder. Böylece kat kat kumaşı tek seferde ütüleyebilirsiniz. Bakın pantolon paçalarını tek seferde hiç ayırmadan ütüledik. Ayrıca Akıllı Azur’un iyonize buharında bulunan gümüş tanecikleri kıyafetlerinize ekstra hijyen sağlamaya yardımcı olur. Üstelik Philips Akıllı Azur içindeki akıllı çip sayesinde ise tabanını her zaman en ideal sıcaklıkta tutar. Böylece ısı ayarı yapmadan, yakmadan tüm kumaşları art arda ütüleyebilirsiniz. İşte ipekli ve kot kumaşları hiç ayar yapmadan ütülüyoruz ve sonuç mükemmel. Philips Azur ütüler kaygan ve dayanıklı tabanları ile çok da hızlı ve etkili. Şimdi ise onuncu yılında Philips’in efsane ütü ailesi Azur yeni kolay kireç temizleme sistemine sahip Azur Performer’ın aileye katılmasıyla çok daha güçlü. Artık genişleyen Azur ütü ailesinde siz mükemmeliyetçi hanımların her ihtiyacına cevap verecek benzersiz bir teknoloji bulmak mümkün. Philips işte bu nedenle teknoloji harikası Azur ütülerine çok güveniyor ve eğer memnun kalmazsanız para iade garantisi sunuyor. Philips Azur Ütü ailesi. Sizce bir ütü daha ne kadar akıllı ve güçlü olabilir?”* şeklinde ifadeler ile *“2002-2013 Euromonitor satış adedi sonuçlarına göre”* ve “*Para iade garantisi 31 Aralık 2014 tarihine kadar satın alınan tüm Azur ütü modelleri için geçerlidir. Detaylar için Kayra Group : 0216 355 47 77”* şeklinde alt yazı metnine yer verildiği; “Philips Azur Performer” adlı ürünün tanıtımına ilişkin televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda yer alan dış ses içerisinde *“Ve şimdi yeni Azur Performer’da akıllı kireç sistemi ve güçlü buhar performansı bir arada. Azur ütü ailesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği; *“Philips Azur Ailesi”* başlığı ile gazete mecrasında yayınlanan reklamlarda, *“Bir ütü daha ne kadar akıllı ve güçlü olabilir?”, “Dünyanın No.1 Ütü markası”, “2002-2013 Euromonitor satış adedi sonuçlarına göre” , “31 Aralık 2014 tarihine kadar para iade garantisi”* ve “*Detaylı bilgi için Kayra Group : 0216 355 47 77”* şeklinde ifadelere yer verildiği; muhtelif mecralarda yayınlanan basılı görsellerde ise *“Dünyanın 1 No’lu ütü markası”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

Bununla birlikte, Türk Philips Ticaret A.Ş.’nin 27.03.2015 tarihli yazısı ile birlikte gönderilmiş olan ve Euromonitor International Ltd. tarafından yayınlanan Euromonitor CAP 2014 basımı için buharlı ütüler, buhar kazanlı ütüleme sistemleri ve seyahat ütülerini içeren ütü kategorisinde yapılan araştırmaya dayanarak 29.01.2015 tarihinde onaylanan raporda; *“Philips dünyanın lider ütü markasıdır”* ve *“Philips dünyanın 1 numaralı ütü markasıdır.”* ibarelerinin *“Kaynak Euromonitor International Ltd; her bir ütü kategorisi tanımı için; 2002-2014 perakende satışları”* dipnotu ile atıfta bulunmak suretiyle kullanılmasına izin verildiği; SLG adlı kuruluş tarafından ütü tabanının kayganlığının (pürüzsüzlüğünün) belirlenmesi amacıyla Tefal FV 4680, Tefal FV 5330, Tefal FV 9540, Braun 4679, Rowenta DW6010, Bosch TDA 3630, Philips GC 4521, Philips GC 4511 modelli ütüler arasında yapılan 04.08.2014 tarihli test raporunda yapılan değerlendirmelerde; pamuklu kumaş üzerinde kuru modda uygulanan maksimum kuvvetin en az Philips GC 4521 için ve ikinci olarak Philips GC 4511 için; buhar modunda ise en az GC 4511 için ve ikinci olarak GC 4521 için; naylon kumaş üzerinde kuru modda uygulanan maksimum kuvvetin en az Philips GC 4521 ve Philips GC 4511 için eşit olarak; polyester kumaş üzerinde kuru modda uygulanan maksimum kuvvetin en az GC 4511 için ve ikinci olarak GC 4521 için; İpek kumaş üzerinde kuru modda ve buhar modunda uygulanan maksimum kuvvetin en az GC 4511 için ve ikinci olarak GC 4521 için; yünlü kumaş üzerinde kuru modda uygulanan maksimum kuvvetin en az Philips GC 4521 için ve ikinci olarak Philips GC 4511 için; buhar modunda uygulanan maksimum kuvvetin en az Phlips GC 4511 için ve ikinci olarak Philips GC 4521 için; viskoz kumaş üzerinde kuru modda ve buhar modunda uygulanan maksimum kuvvetin en az Philips GC 4521 için ve ikinci olarak Philips GC 4511 için; elyaf karışımı (%65 CO, %35 PES) kumaş üzerinde kuru modda uygulanan maksimum kuvvetin en az Philips GC 4521 için ve ikinci olarak Philips GC 4511 için; keten kumaş üzerinde kuru modda uygulanan maksimum kuvvetin en az Philips GC 4511 için ve ikinci olarak Philips GC 4521 için; buhar modunda uygulanan maksimum kuvvetin en az Philips GC 4521 için ve ikinci olarak Philips GC 4511 için uygulandığının görüldüğü; DWI adlı kuruluş tarafından hazırlanan 06.08.2014 tarihli raporda ise, pamuklu jean, ipek, polyester, viskoz, pamuklu/polyester karışımı (%65/%35), pamuklu, pamuklu Jean (%98 pamuklu, %2 spandeks) ve keten olmak üzere sekiz ayrı malzemeden oluşan kumaş üzerinde, Tefal (Autoclean 9540, ultragliss 4680 ve 5330), Braun 7760 (Saphir) serilerinden yedi ayrı sistem ile Philips Azur Performer Plus GC 4521/20 ve GC 4511/40 adlı ürünlerin kıyaslandığı; Philips Azur Performer Plus GC 4521/20 ve GC 4511/40 adlı ürünlerin benzer koşullar altında, test edilen rakip ürünlere göre hem buharlı hem de buharsız ütülemede en hızlı kayma performansı gösterdiği; iki Philips ütüsünden Philips Azur Performer Plus GC 4521/20’nin tüm malzemelerde en hızlı kayma performansı gösteren ütü olduğu sonucuna varıldığı görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait ***“Philips Akıllı Azur”*** isimli ürünün tanıtımına yönelik olarak yayınlanan televizyon reklamlarında yer alan altyazıların metin boyutunun, ekranda kalma süresinin ve altyazı metni ile arka plan renk kontrastının 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 altyazılara okunabilirlikten uzak bir şekilde yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, bu durumun da,

- 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, 7/1, 7/2, 7/3, 8/1 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 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, 18, 19, 20, 21 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**59)**

**Dosya No: 2014/780**

**Şikayet Edilen: İstikbal Mobilya San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“İstikbal Recharge Teknolojisi”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18/04/2014 – 22/07/2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Recharge Master Yatak”* isimli ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan ***“İstikbal Recharge Teknolojisi”*** başlıklı reklam filmi içerinde; ***“-Ne! Saat daha 4 mü? Benim pilim yine bitti. N’apcaz!*** ***-Yatcaz kalkcaz hoop bombayız…*** ***-Nasıl nasıl? Sabahtan akşama enerjisi azalana İstikbal’den Recharge Master Yatak… Özel recharge teknolojili yatakta kıpır kıpır uyanın, mükemmel uykuyla akşamdan sabaha enerji depolayın.”*** şeklinde ifadelerin kullanıldığı ve ekranda ***“özel recharge teknolojili kumaş”, “visco sünger dolgulu ped”*** ve ***“Türkiye’nin en iyi uykusu”*** ifadeleri ile batarya işaretine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklamlarda tanıtımı yapılan *“Recharge Master Yatak”* adlı ürünün kullanılması durumunda kullanıcıların uyandığında kendilerini canlanmış ve enerjik hissetmesini sağladığı iddia edilen ve reklama konu yatakta bulunduğu belirtilen *“recharge teknolosi”* özelliğinin gerçeği yansıtmadığı,

Bununla birlikte reklam veren firma tarafından söz konusu iddiayı ispatlaması için sunulan raporları hazırlayan kuruluşlara ilişkin akreditasyon belgesinin bulunmadığı; ayrıca, bu raporlara ilişkin üniversitelerin ilgili bölümlerinden alınmış bir onayın yer almadığının anlaşıldığı;

Öte yandan, anılan reklamlarda yer alan ***“Türkiye’nin en iyi uykusu”*** ifadesi ile *“Recharge Master Yatak”* isimli ürünün, benzer ürünlere kıyasla karşılaştırmalı bir üstünlük içerdiğinin iddia edildiği; ancak objektif olarak doğruluğu ispata muhtaç olan bu ifadenin ölçülebilir, sayısal, nesnel üstünlüğünü kanıtlayan raporlarla desteklenemediği,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

**-** 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **OYBİRLİĞİYLE,**

Buna göre, reklam veren **İstikbal Mobilya San. Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **200.000-TL (İkiyüzbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2014/781**

**Şikayet Edilen: Pusula Yayıncılık Prod. Paz. Reklam Koz. San. Ve Tic. A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Note K1 Ixperia”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 10.04.2014 tarihinde Flash TV logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Note K1 Ixperia”*** başlıklı reklamlara ilişkin yapılan tanıtımlarda ***“(…) Lithium lion bataryası sayesinde telefonu 2 gün boyunca şarj etmeden kullanabiliyorsun. Öyle 1000 TL ya da 1500 TL ya da 500 TL’ye değil. Duyulmuş görülmüş de değil. Şok bir fiyata şok bir indirimle 129 TL’ye. 14 ayar altın kaplama tek taş yüzük bedava. Ekran altındaki numarayı aramaya devam edin. 129 TL’ye daha önce ne duydunuz, ne gördünüz. Bundan sonra da göremeyeceksiniz, duyamayacaksınız. Sadece günün şu saatine özel, şu dakikasına, şu anına özel… Mükemmel bir indirim yaptık. Neredeyse bedavaya gönderiyoruz. 129 TL’ye Note K1 yanında da 14 ayar altın kaplama tek taş yüzük bedavaya geliyor. Evet, çift hatlı, radyo dinleyebiliyorsun, televizyon izleyebiliyorsun, 2 tane kamerası sayesinde görüntülü konuşma yapabiliyor, full ekran, full dokunmatik, özel deri kılıfı hediyesiyle. Orijinal kutusunda hiç açılmamış vaziyette 2 yıl garantili, faturalı Note K1 129 TL. Ekran altındaki numarayı aramanız yeterli olacak, soru sormuyoruz. Tek şartımız şu: 1 kişi en fazla 2 tane sipariş verebiliyor. Hani üçüncüyü de isterim belki alırım 10 tane 20 tane de satarım eşe dosta diye düşünme. Bunun da önlemini böyle aldık hatlar düşmüyor diye. Bize çıkışmayın tanıdığa eşe dosta veriyor bunlar, bedava konuşuyorlar da demeyin. 129 TL’ye cep telefonu Note K1. Dünyanın en akıllı cep telefonu, dünyada iş adamlarının kullandığı, bütün elektronik mağazalarda 1000 TL’nin üzerinde satılan bu telefon sadece 129 TL, yanında da 14 ayar altın kaplama tektaş yüzük bedava geliyor (…) Arkadaşlar hani bir Çin malıdır, Kore malıdır diye de düşünmeyin, 2 yıl garantili faturalı geliyor, adınıza düzenleniyor fatura da.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklamlardatüketicilerin, tanıtımı yapılan telefonu, marka adı ve görsellik yönlerinden Samsung Galaxy Note ve Sonu Xperia markalı telefonlarla karıştırmasına neden olunduğu, ayrıca tanıtılan ürünün bütün elektronik mağazalarda 1000 TL’nin üzerindesatıldığı belirtilerek bu yanıltıcılığın desteklendiği,

Öte yandan, anılan reklamlarda indirimli olarak satışa sunulduğu iddia edilen ürüne ilişkin olarak indirim miktarı veya oranı ile indirim öncesi fiyat bilgilerine yer verilmediği, bunun yanı sıra tanıtımı yapılan ürünün satın alınması halinde tüketicilere bedava verileceği vaat edilen 14 ayar altın kaplama tek taş yüzüğün piyasa değerine ilişkin bir açıklamada da bulunulmadığı,

Ek olarak, söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan ürüne ilişkin tüketicilerin satın alma işleminden doğan mevcut yasal haklarının fazlasını sağlamayan bir garantiye yer verilerek haksız rekabete yol açıldığı,

Diğer taraftan, bahsi geçen reklamlarda yer alan ***“Bütün elektronik mağazalarda 1000 TL’nin üzerinde satılan bu telefon sadece 129 TL”*** ve ***“Arkadaşlar hani bir Çin malıdır, Kore malıdır diye de düşünmeyin.”*** ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı,

Ayrıca, anılan reklamlarda 129 TL’ye satıldığı vaat edilen ürün bedelinin faturaya 130 TL olarak yansıtıldığı ve tüketicilere 10 TL’lik kargo bedeli dahil 140 TL’ye mal olduğu, bu bilgiye reklamlarda yer verilmeyerek tüketicilerin aldatıldığı,

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 7/a, 7/c, 8 inci, 12/A, 13 üncü, 21 inci maddeleri,

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

**-** 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Pusula Yayıncılık Prod. Paz. Reklam Koz. San. Ve Tic. A. Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ve mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci maddesi ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **91.370-TL (Doksanbirbinüçyüzyetmiş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**61)**

**Dosya No: 2014/1720**

**Şikayet Edilen: Alkoçlar Eke Turizm Otelcilik Tic. Ltd. Şti. (Alkoçlar Adakule Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Alkoçlar Adakule Otel”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2014, 04.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, internet

**Tespitler:** *“Alkoçlar Adakule Otel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Alkoçlar Adakule Otel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

**62)**

**Dosya No: 2014/1718**

**Şikayet Edilen: Hatemoğulları İnş. Mob. Gıda Oto. Tur. ve Pet. İth. İhr. San. Tic. Paz. Ltd. Şti. (Otel Hatemoğlu 2)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Otel Hatemoğlu 2”***isimli tesise ait tabelada yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Hatemoğulları İnş. Mob. Gıda Oto. Tur. ve Pet. İth. İhr. San. Tic. Paz. Ltd. Şti.’ye ait *“Otel Hatemoğlu 2”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, tesise ait tabelada *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait*“Otel Hatemoğlu 2”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, tesise ait tabelada *“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 **Hatemoğulları İnş. Mob. Gıda Oto. Tur. ve Pet. İth. İhr. San. Tic. Paz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2014/1722**

**Şikayet Edilen: Altunakar Tur. İnş. Gıda Teks. Oto. Pet. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (Hotel Altunakar 2 Calypso)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hotel Altunakar 2 Calypso”***isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr ve [www.altunakar-hotel.com](http://www.altunakar-hotel.com) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela ve broşürlerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2014, 10.06.2015, 04.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, internet, broşür

**Tespitler:** Altunakar Tur. İnş. Gıda Teks. Oto. Pet. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Hotel Altunakar 2 Calypso”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletme Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr ve [www.altunakar-hotel.com](http://www.altunakar-hotel.com) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela ve broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait*“Hotel Altunakar 2 Calypso”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr ve [www.altunakar-hotel.com](http://www.altunakar-hotel.com) 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,

- 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 **Altunakar Tur. İnş. Gıda Teks. Oto. Pet. 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.

**64)**

**Dosya No: 2015/70**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Çakmak Marble Hotel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak [www.cakmakmarblehotel.net](http://www.cakmakmarblehotel.net)adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Çakmak Otel İşl. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.’ye ait *“Çakmak Marble Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.cakmakmarblehotel.net](http://www.cakmakmarblehotel.net) adresli internet sitesinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait *“Çakmak Marble Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.cakmakmarblehotel.net](http://www.cakmakmarblehotel.net) adresli internet sitesinde *“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 **Çakmak Otel İşl. Tur. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**65)**

**Dosya No: 2015/887**

**Şikayet Edilen: CH Turizm Otel. Hizm. Taş. İnş. Tic. A.Ş. (Tütav Türk Evi Otelleri)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Tütav Türk Evi Otelleri”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak tesise ait broşürlerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** *“Tütav Türk Evi Otelleri”* isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca butik otel belgesi ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, tesise ait broşürlerde *“C H Tütav Türkevleri Boutique Hotels*” şeklinde, *“Butik Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** CH Turizm Otel. Hizm. Taş. İnş. Tic. A.Ş’ye ait “Tütav Türk Evi Otelleri” isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca butik otel belgesi ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, tesise ait broşürlerde “C H Tütav Türkevleri Boutique Hotels” şeklinde, “Butik 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 tarih ve 29232 sayılı 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 **CH Turizm Otel. Hizm. Taş. İnş. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2015/711**

**Şikayet Edilen: Mersin Oteli**

**Şikayet Edilen Reklam: “Mersin Oteli”** isimli tesise ilişkin olarak [www.mersinoteli.com.tr](http://www.mersinoteli.com.tr), tesise ait tabela ve broşürlerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2015

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

**Tespitler:** Mersin Oteli isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir turizm işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.mersinoteli.com.tr](http://www.mersinoteli.com.tr) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela ve broşürlerde “4 Yıldızlı Otel” olaraktanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mersin Oteli isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir turizm işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.mersinoteli.com.tr](http://www.mersinoteli.com.tr) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela ve broşürlerde “4 Yıldızlı Otel” olaraktanıtımının 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 tarih ve 29232 sayılı 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 **Mersin Oteli** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2015/710**

**Şikayet Edilen: Gökşah Tur. Yat. San. Oto İnş. Gıda Akar. ve Tic. Ltd. Şti. (Şahin Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Şahin Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak [www.şahinotel.net](http://www.şahinotel.net) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahin Otel isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın [www.şahinotel.net](http://www.şahinotel.net) adresli internet sitesinde, “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şahin Otel isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın [www.şahinotel.net](http://www.şahinotel.net) adresli internet sitesinde, “3 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 tarih ve 29232 sayılı 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 **Gökşah Tur. Yat. San. Oto İnş. Gıda Akar. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**ENERJİ**

**68)**

**Dosya No: 2015/421**

**Şikayet Edilen: Akkuyu Nükleer Güç Santrali A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında ve radyolarda yayınlanan reklamlar, billboardlardaki afişler ile [www.akkunpp.com](http://www.akkunpp.com) adresli internet sitesinde yayınlanan videolardaki tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, radyo, billboardlar ve internet

**Tespitler**: Anılan tarihlerde söz konusu mecralarda şikayet edilen reklamın yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlar hakkında öncelikle kanun kapsamına girip girmediği konusunda tartışma yapılmış ardından reklamlarda yer alan iddialar esastan görüşülerekanılan reklamların ***6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’a aykırı olmadığı görüş ve kanaatine*** varılmıştır.

**DİĞER**

**69)**

**Dosya No: 2014/914**

**Şikâyet Edilen: Okan Oktay YURDAKADİM**

**Şikâyet Edilen Reklam:** [www.zayiflamaayakkabisii.net](http://www.zayiflamaayakkabisii.net) adresli internet sitesinde yer alan ***“Gold Slim Step Shoes”*** zayıflama ayakkabısı adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.06.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 26.06.2014 tarihli görünümünde; *“Goldslim zayıflama ayakkabısı, kilo vermeye, bölgesel incelmeye, kalori yakmaya, kan dolaşımını hızlandırmaya, spor salonuna gitmeden vücudunuzu forma sokmaya, selülitleri gidermeye ve varis oluşumunu engellemeye, duruşu düzeltmeye yardımcı olur. Goldslim Step Shoes ile yürümek; daha uzun görünmenize, karın kas faaliyetinin artmasına, kalça eklemleri üzerindeki gerginliğin azalmasına, oksijen ve kalori tüketiminin artmasına, vücut duruşunun ve dengesinin iyileşmesine, sırt kaslarının faaliyetinin artmasına, bel kaslarının faaliyetinin artmasına, kalça kas faaliyetinin artmasına, varis oluşumunun engellenmesine yardımcı olur. (…) ”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 26.06.2014 tarihli görünümünde yukarıda ayrıntılı olarak belirtilen ifadelere yer verilmek suretiyle, tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünleri kullanarak tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna **OYBİRLİĞİYLE,**

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

**70)**

**Dosya No: 2015/103**

**Şikayet Edilen: İsmail EĞRİBAŞOĞLU (Vatan Finans Danışmanlığı)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vatanfinans.com](http://www.vatanfinans.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar ve tüketicilere gönderilen e-postalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2015, 04.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, e-posta

**Tespitler:** www.vatanfinans.com adresli internet sitesinin 06.02.2015 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda,

*“Kredi Kartı Borcundan Kurtulmanın Tam Zamanı”; “Alım talebi nasıl sağlanır? Ürün, alıcıya piyasa fiyatlarının altında temin edilir. Avantajınız nedir? Bankaların uygulamış olduğu faize %60 daha avantajlı ödeme olanağı sağlanır. Firmamızın hizmeti nedir? Kredi Kartı Borçlarınızı En Uygun Vade Farkı İle 9 Ay Eşit Taksitlere Bölüyoruz.”; “Size Nasıl Yardımcı Olabiliriz? Kredi kartınızın borcumu var dert etmeyin bizi arayın size en iyi hizmeti sunalım Kredi Kartı Borçlarınızı En Uygun Vade Farkı İle 9 Ay Eşit Taksitlere Bölüyoruz”; “Bankanıza Nasıl ödüyorsunuz? 5.000 TL Toplam Borcunuz Olduğunu Düşünelim, Bankanıza Bu borcun Asgari tutarı olan 1.000 TL sini maksimum bir Ay İçinde ödemeniz Gerekecek. Her Ay da Toplam Borcunuz + işleyen faizin Asgari tutarını ödemeye Devam edeceksiniz. Ama Düzenli Olarak Asgari tutarı ödemenize rağmen borcunuz bitmiyor. Ayrıca Her ay %3 Yıllık % 36 Faiz ödeyeceksiniz.”; “2006 yılından bu yana finans sektöründe kredi kartı borcu olan ticari veya bireysel müşterilerinin sorunlarına çözüm sağlamaktadır. İkrazat ve faktoring hizmeti vermemektedir. Yapılan işlemlerin hiç birinde, kart borcu ödenen kişiyi riske sokacak senet, bono ya da imzalı bir evrak alınmamaktadır. Firmamız yaptığı işlemlerin tümünde aracılık hizmeti sunmaktadır. Tüm işlemlerin finansmanını, firmamıza ürün alım talebinde bulunan firma ya da kişiler tarafından sağlanmaktadır. Alım talebinde bulunan işletme, tedarikçisini belirler. Firmamız kredi kartı borcu olan kart hamilinin kredi kartı borcunu yatırır. Daha sonra tedarikçiden alınması gereken ürünü temin ederek finansmanı sağlayan firma ya da şahsa teslim eder. Firmamızın 5 yılı aşkım süredir rağbet görmesinin ve her geçen gün büyümesinin en büyük nedenlerinden biri de %100 yasal olması ve müşteri memnuniyetini esas almasıdır.”; “Kredi kartı borcumu ödemek için bir limit sınırı var mıdır? Hayır, Vade farkı tutarı kadar limitiniz olduğu takdirde bir veya daha fazla kredi kartınıza ait borcunuzu taksitlendirebilirsiniz. Kredi kartı borcumu ödemek istiyorum, fakat vade farkı için kullanılabilir limitim yok. İşlem yapabilir miyiz? Borcu ödenen kredi kartınızın haricinde, yeterli limiti olan başka bir kredi kartınızı veya kartlarınızı da kullanabilirsiniz. Ödenen borcumun haricinde başka bir ödemem olacak mı? Taksitlendirdiğiniz toplam borcunuz ve bu borç için uygulanacak vade farkı dışında hiç bir ödemeniz olmayacaktır. Kredi kartı borcumu taksitlendirmek için ne gibi belgeler istiyorsunuz? Kredi kartlarınızın dışında hiç bir belge gerekmemektedir. Kredi kartı borçlarımı taksitlendirirken borcunu kapattığınız kartımın dışında, başka bir veya daha fazla kartımı kullanabilir miyim? Borcunuzu + Vade farkını taksitlendirirken istediğiniz kredi kartlarınızı kullanabilirsiniz. Üç ayrı kredi kartıma borcum var hepsinin borcunu kapatarak taksitlendire bilir miyim? Evet taksitlendirebilirsiniz. İstediğiniz kadar kredi kartlarınızın toplam borcunu kapatarak taksitlendirebilirsiniz. Sisteminiz ne kadar güvenli? Taksitlendirme işleminde bir risk var mı? Taksitlendirme işlemi son derece güvenlidir. Öncelikle kredi kartınız veya kartlarınızın borç durumları kontrol ve teyit edilir. Daha sonra toplam borçlar tarafımızca ödenmekte ve daha sonra aynı veya dilediğiniz kredi kartlarına borçlandırılırsınız. Kredi kartlarınıza yapılan ödemelere ait dekontlar ve Taksitli ödemelerinize ait slipler tarafınıza aynı gün verilir. Kredi kartım ödeyemediğim borç yüzünden kullanıma kapalı, takipte veya hacizlik durumda. Borçlarımı Taksitlendirebilir miyim? Borçlarınızı Taksitlendirebilmeniz için Kredi kartınızın kullanıma açık olması gerekir. Ancak kullanıma açık başka kredi kart veya kartlarınız varsa ve limitleri müsait ise borcu olan kredi kartınızın borcunu kapatmak üzere bu kredi kartlarınızı kullanarak borcunuzu taksitlendirebilirsiniz.”* şeklinde;

04.09.2014 tarihinde çeşitli tüketicilere gönderilen e-posta metinlerinde ise; “*Vatan Finans olarak tüm kredi kartı borçlarınızı yapılandırıyoruz. 9 eşit taksite böldüğümüz borçlarınızı rahatlıkla öderken bankaların uyguladığı yüksek faiz oranlarından kurtuluyor ve aynı zamanda Chip Puan kazanıyorsunuz. 3D Secure işlem güvenliği ile gerçekleştirdiğimiz taksitlendirme işlemini telefon başında siz kahvenizi yudumlarken 15 dakikada tamamlıyoruz. Erteleme kampanyalarımız ile borçlarınızı 3 aya kadar erteleyebiliyorsunuz. Vatan Finans olarak 5 yıldır size en güvenilir hizmeti en iyi fiyata sunmaktan gurur duyuyoruz.* [*www.vatanfinans.com*](http://www.vatanfinans.com)*”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.vatanfinans.com adresli internet sitesinin 06.02.2015 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda,

*“Kredi Kartı Borcundan Kurtulmanın Tam Zamanı”; “Alım talebi nasıl sağlanır? Ürün, alıcıya piyasa fiyatlarının altında temin edilir. Avantajınız nedir? Bankaların uygulamış olduğu faize %60 daha avantajlı ödeme olanağı sağlanır. Firmamızın hizmeti nedir? Kredi Kartı Borçlarınızı En Uygun Vade Farkı İle 9 Ay Eşit Taksitlere Bölüyoruz.”; “Size Nasıl Yardımcı Olabiliriz? Kredi kartınızın borcumu var dert etmeyin bizi arayın size en iyi hizmeti sunalım Kredi Kartı Borçlarınızı En Uygun Vade Farkı İle 9 Ay Eşit Taksitlere Bölüyoruz”; “Bankanıza Nasıl ödüyorsunuz? 5.000 TL Toplam Borcunuz Olduğunu Düşünelim, Bankanıza Bu borcun Asgari tutarı olan 1.000 TL sini maksimum bir Ay İçinde ödemeniz Gerekecek. Her Ay da Toplam Borcunuz + işleyen faizin Asgari tutarını ödemeye Devam edeceksiniz. Ama Düzenli Olarak Asgari tutarı ödemenize rağmen borcunuz bitmiyor. Ayrıca Her ay %3 Yıllık % 36 Faiz ödeyeceksiniz.”; “2006 yılından bu yana finans sektöründe kredi kartı borcu olan ticari veya bireysel müşterilerinin sorunlarına çözüm sağlamaktadır. İkrazat ve faktoring hizmeti vermemektedir. Yapılan işlemlerin hiç birinde, kart borcu ödenen kişiyi riske sokacak senet, bono ya da imzalı bir evrak alınmamaktadır. Firmamız yaptığı işlemlerin tümünde aracılık hizmeti sunmaktadır. Tüm işlemlerin finansmanını, firmamıza ürün alım talebinde bulunan firma ya da kişiler tarafından sağlanmaktadır. Alım talebinde bulunan işletme, tedarikçisini belirler. Firmamız kredi kartı borcu olan kart hamilinin kredi kartı borcunu yatırır. Daha sonra tedarikçiden alınması gereken ürünü temin ederek finansmanı sağlayan firma ya da şahsa teslim eder. Firmamızın 5 yılı aşkım süredir rağbet görmesinin ve her geçen gün büyümesinin en büyük nedenlerinden biri de %100 yasal olması ve müşteri memnuniyetini esas almasıdır.”; “Kredi kartı borcumu ödemek için bir limit sınırı var mıdır? Hayır, Vade farkı tutarı kadar limitiniz olduğu takdirde bir veya daha fazla kredi kartınıza ait borcunuzu taksitlendirebilirsiniz. Kredi kartı borcumu ödemek istiyorum, fakat vade farkı için kullanılabilir limitim yok. İşlem yapabilir miyiz? Borcu ödenen kredi kartınızın haricinde, yeterli limiti olan başka bir kredi kartınızı veya kartlarınızı da kullanabilirsiniz. Ödenen borcumun haricinde başka bir ödemem olacak mı? Taksitlendirdiğiniz toplam borcunuz ve bu borç için uygulanacak vade farkı dışında hiç bir ödemeniz olmayacaktır. Kredi kartı borcumu taksitlendirmek için ne gibi belgeler istiyorsunuz? Kredi kartlarınızın dışında hiç bir belge gerekmemektedir. Kredi kartı borçlarımı taksitlendirirken borcunu kapattığınız kartımın dışında, başka bir veya daha fazla kartımı kullanabilir miyim? Borcunuzu + Vade farkını taksitlendirirken istediğiniz kredi kartlarınızı kullanabilirsiniz. Üç ayrı kredi kartıma borcum var hepsinin borcunu kapatarak taksitlendire bilir miyim? Evet taksitlendirebilirsiniz. İstediğiniz kadar kredi kartlarınızın toplam borcunu kapatarak taksitlendirebilirsiniz. Sisteminiz ne kadar güvenli? Taksitlendirme işleminde bir risk var mı? Taksitlendirme işlemi son derece güvenlidir. Öncelikle kredi kartınız veya kartlarınızın borç durumları kontrol ve teyit edilir. Daha sonra toplam borçlar tarafımızca ödenmekte ve daha sonra aynı veya dilediğiniz kredi kartlarına borçlandırılırsınız. Kredi kartlarınıza yapılan ödemelere ait dekontlar ve Taksitli ödemelerinize ait slipler tarafınıza aynı gün verilir. Kredi*  *kartım ödeyemediğim borç yüzünden kullanıma kapalı, takipte veya hacizlik durumda. Borçlarımı Taksitlendirebilir miyim? Borçlarınızı Taksitlendirebilmeniz için Kredi kartınızın kullanıma açık olması gerekir. Ancak kullanıma açık başka kredi kart veya kartlarınız varsa ve limitleri müsait ise borcu olan kredi kartınızın borcunu kapatmak üzere bu kredi kartlarınızı kullanarak borcunuzu taksitlendirebilirsiniz.”* şeklinde;

04.09.2014 tarihinde tüketicilere gönderilen e-posta metinlerinde; “*Vatan Finans olarak tüm kredi kartı borçlarınızı yapılandırıyoruz. 9 eşit taksite böldüğümüz borçlarınızı rahatlıkla öderken bankaların uyguladığı yüksek faiz oranlarından kurtuluyor ve aynı zamanda Chip Puan kazanıyorsunuz. 3D Secure işlem güvenliği ile gerçekleştirdiğimiz taksitlendirme işlemini telefon başında siz kahvenizi yudumlarken 15 dakikada tamamlıyoruz. Erteleme kampanyalarımız ile borçlarınızı 3 aya kadar erteleyebiliyorsunuz. Vatan Finans olarak 5 yıldır size en güvenilir hizmeti en iyi fiyata sunmaktan gurur duyuyoruz.* [*www.vatanfinans.com*](http://www.vatanfinans.com)*”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile POS cihazı veya sanal POS hizmeti kullanılarak, komisyon eklemek suretiyle taksitli ya da taksitsiz olarak, herhangi bir mal ya da hizmet karşılığında yapılmayan yani gerçek olmayan bir fiktif işlem ile kart sahibinin borcunun kapatıldığı izleniminin uyandırılarak tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği; bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı olduğu;

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

- 10.01.2015 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İsmail EĞRİBAŞOĞLU (Vatan Finans Danışmanlığı)** 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.

**71)**

**Dosya No: 2015**/**83**

**Şikayet Edilen: www.masraftahsilat.com**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.masraftahsilat.com](http://www.masraftahsilat.com) adresli internet sitesinin 28.01.2015 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.masraftahsilat.com](http://www.masraftahsilat.com) adresli internet sitesinde “Nasıl Geri Alırım?” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Bilindiği üzere yasal düzenlemeler kapsamında 2000,00 TL’ye kadar olan tüketici uyuşmazlıklarında İlçe tüketici hakem heyetine, 2000’den 3000 TL’ye kadar olan uyuşmazlıklarda ise il tüketici hakem heyetine başvurmak zorunludur. Dolayısıyla bankalar tarafından kesilen masraf*  *bedellerinin yukarıdaki sınırlar içinde olması halinde adli mercilere başvurmadan önce tüketici hakem heyetlerine başvuru zorunluluğu getirilmiştir. Tüketicilerden yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik olarak 10 yıllık zamanaşımı süresi mevcut olup, yapılan kesintilerin zamanaşımı süresi içinde talep edilmesi zorunludur. Tüketici hakem heyetine başvuru sırasında tüketicilerden istenilen en önemli belge masrafın kesildiğine dair dekont hesap özeti veya kredi taksitlendirme belgesidir. Başka bir anlatımla tüketiciden yapılan kesintinin açıkça gösterildiği/yazılı olduğu belgenin ibrazı halinde, hakem heyetleri tarafından başvurular karara bağlanmaktadır. Masraftahsilat.com internet sitesi; bankalar tarafından tüketicilerden yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik olarak tüketicilere ÜCRETSİZ danışmanlık hizmeti veren bir sitedir. Uzman kadromuz; tüketicilerden çeşitli adlarda yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik ilk başvuru sürecinden tahsilat sürecine kadar tüketicilerin doğru yönlendirilmesini amaç edinmiştir. Masraftahsilat.com internet sitesinin sizlere sağladığı ücretsiz danışmanlık hizmeti sayesinde bütün başvuru ve tahsilat süreciniz tarafımızdan ÜCRETSİZ olarak takip edilecek ve tarafınızdan yapılan kesintilerin sizlere iadesi sağlanacaktır. Tarafımızdan ücretsiz sağlanan bu hizmetlere yönelik, telefon ya da sms ile sizlerden ücret talep eden kişi ya da kuruluşları dikkate almayınız. Sizde bir an önce, haksız olarak tahsil edilen masrafların geri alınmasına yönelik olarak iletişim formunu doldurun veya bize telefonla ulaşın. Uzman kadromuzun sizlere sunduğu ÜCRETSİZ danışmanlık hizmeti sayesinde en kısa zamanda bankalardaki alacaklarınızı tahsil edin.”* şeklinde;

“Biz Kimiz” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Masraftahsilat.com internet sitesi; bankalar tarafından tüketicilerden yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik olarak tüketicilere ÜCRETSİZ danışmanlık hizmeti veren bir sitedir. Uzman kadromuz; tüketicilerden çeşitli adlarda yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik ilk başvuru sürecinden tahsilat sürecine kadar tüketicilerin doğru yönlendirilmesini amaç edinmiştir. Masraftahsilat.com internet sitesi; bünyesinde bulundurduğu danışman kadrosu ve deneyimli hukukçuları ile birlikte, bankalar tarafından tüketicilerden yapılan kesintilerin tahsil edilmesini amaç edinmiştir. Masraftahsilat.com internet sitesi ücretsiz danışmanlık hizmeti sayesinde tüketicilerin bütün başvuru ve tahsilat süreçleri tarafımızdan ÜCRETSİZ OLARAK takip edilmektedir. Tüketicilere sağlanan danışmanlık hizmeti karşılığında herhangi bir bedel talep edilmemektedir. Tarafımızdan ücretsiz sağlanan bu hizmetlere yönelik, telefon ya da sms ile sizlerden ücret talep eden kişi ya da kuruluşları dikkate almayınız. Masraftahsilat.com oluşumunun sizlere sağladığı ücretsiz danışmanlık hizmetinden faydalanmak için bir an önce bize ulaşın.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.masraftahsilat.com](http://www.masraftahsilat.com) adresli internet sitesinde “Nasıl Geri Alırım?” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Bilindiği üzere yasal düzenlemeler kapsamında 2000,00 TL’ye kadar olan tüketici uyuşmazlıklarında İlçe tüketici hakem heyetine, 2000’den 3000 TL’ye kadar olan uyuşmazlıklarda ise il tüketici hakem heyetine başvurmak zorunludur. Dolayısıyla bankalar tarafından kesilen masraf*  *bedellerinin yukarıdaki sınırlar içinde olması halinde adli mercilere başvurmadan önce tüketici hakem heyetlerine başvuru zorunluluğu getirilmiştir. Tüketicilerden yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik olarak 10 yıllık zamanaşımı süresi mevcut olup, yapılan kesintilerin zamanaşımı süresi içinde talep edilmesi zorunludur. Tüketici hakem heyetine başvuru sırasında tüketicilerden istenilen en önemli belge masrafın kesildiğine dair dekont hesap özeti veya kredi taksitlendirme belgesidir. Başka bir anlatımla tüketiciden yapılan kesintinin açıkça gösterildiği/yazılı olduğu belgenin ibrazı halinde, hakem heyetleri tarafından başvurular karara bağlanmaktadır. Masraftahsilat.com internet sitesi; bankalar tarafından tüketicilerden yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik olarak tüketicilere ÜCRETSİZ danışmanlık hizmeti veren bir sitedir. Uzman kadromuz; tüketicilerden çeşitli adlarda yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik ilk başvuru sürecinden tahsilat sürecine kadar tüketicilerin doğru yönlendirilmesini amaç edinmiştir. Masraftahsilat.com internet sitesinin sizlere sağladığı ücretsiz danışmanlık hizmeti sayesinde bütün başvuru ve tahsilat süreciniz tarafımızdan ÜCRETSİZ olarak takip edilecek ve tarafınızdan yapılan kesintilerin sizlere iadesi sağlanacaktır. Tarafımızdan ücretsiz sağlanan bu hizmetlere yönelik, telefon ya da sms ile sizlerden ücret talep eden kişi ya da kuruluşları dikkate almayınız. Sizde bir an önce, haksız olarak tahsil edilen masrafların geri alınmasına yönelik olarak iletişim formunu doldurun veya bize telefonla ulaşın. Uzman kadromuzun sizlere sunduğu ÜCRETSİZ danışmanlık hizmeti sayesinde en kısa zamanda bankalardaki alacaklarınızı tahsil edin.”* Şeklinde;

“Biz Kimiz” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Masraftahsilat.com internet sitesi; bankalar tarafından tüketicilerden yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik olarak tüketicilere ÜCRETSİZ danışmanlık hizmeti veren bir sitedir. Uzman kadromuz; tüketicilerden çeşitli adlarda yapılan kesintilerin geri alınmasına yönelik ilk başvuru sürecinden tahsilat sürecine kadar tüketicilerin doğru yönlendirilmesini amaç edinmiştir. Masraftahsilat.com internet sitesi; bünyesinde bulundurduğu danışman kadrosu ve deneyimli hukukçuları ile birlikte, bankalar tarafından tüketicilerden yapılan kesintilerin tahsil edilmesini amaç edinmiştir. Masraftahsilat.com internet sitesi ücretsiz danışmanlık hizmeti sayesinde tüketicilerin bütün başvuru ve tahsilat süreçleri tarafımızdan ÜCRETSİZ OLARAK takip edilmektedir. Tüketicilere sağlanan danışmanlık hizmeti karşılığında herhangi bir bedel talep edilmemektedir. Tarafımızdan ücretsiz sağlanan bu hizmetlere yönelik, telefon ya da sms ile sizlerden ücret talep eden kişi ya da kuruluşları dikkate almayınız. Masraftahsilat.com oluşumunun sizlere sağladığı ücretsiz danışmanlık hizmetinden faydalanmak için bir an önce bize ulaşın.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Bilindiği üzere, 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 tüketici kredilerinden alınan dosya masrafları ve diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğunun iddia edildiği;

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

Ayrıca, söz konusu tarafından, www.masraftahsilat.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, tüketici kredisi sözleşmelerine ilişkin bankalar tarafından alınan dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin ücretsiz danışmanlık hizmeti sunulduğu izleniminin uyandırıldığı ancak vaat edilen hizmetin ücretsiz olarak yerine getirilmemesi nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı; bu nedenle anılan 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,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4) DİĞER KONULARIN GÖRÜŞÜLMESİ**

**4.1)**

**Dosya No: 2015/1133**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“İyilik dolu dondurma L’era Fresca, sütlü buz değil dondurma”*** sloganlı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz – Ağustos 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: Kız isteme konulu reklam filminde, **glikoz şurubu**, **emülgator** ve **renklendiriciyi** temsil eden animasyon karakterlere yer verilerek söz konusu karakterlerin canavar veya mikropmuş gibi canlandırıldığı, söz konusu canavarlara gıda sektöründe faaliyet gösteren tüm firmaların bu bileşenleri kullandığını ve sağlığa zararlı ürünler ürettiklerini ima eder bir biçimde **“çikolata bisküvi ekmek pasta bütün gıda sektörü bizden sorulur”** ifadelerinin söyletildiği, reklam filminin sonunda **“Hayatında da dondurmasında da iyileri tercih edenlere, özenle seçilen meyveleriyle leziz sütüyle doğal içeriğiyle iyilik dolu dondurma L’era Fresca”** sloganına yer verilerek L’era Fresca markalı dondurmanın iyilik dolu olduğunun iddia edildiği,

Sütlü Buz Limited Şirketi konulu reklamda, Sütlü Buz Limited Şirketi'nden geldiklerini belirten ve emülgatör, renklendirici ve glikoz şurubunu temsil eden üç farklı animasyon canavara yer verildiği, Sütlü Buz Limited Şirketinden gelen ve emülgatör’ü canlandıran canavara **“L’era Fresca yediğinizi görüyorum, demek ki bir emülgatör, bir renklendirici, bir glikoz şurubu yok hayatınızda. Peki olsun istemez misiniz?”** ifadesinin söyletildiği, diğer taraftan **“Sütlü buz değil dondurma”** sloganı ile yenilebilir buzlu ürünler kategorisinde yer alan sütlü buz ürünleri ile Lera Fresca markalı ürünler arasında kötüleme içeren bir karşılaştırma yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu'nun 11.08.2015 tarih ve 239 sayılı toplantısında konu ile ilgili olarak yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda;

Kız isteme konulu reklam filminde, **glikoz şurubu**, **emülgator** ve **renklendiriciyi** temsil eden animasyon karakterlere yer verilerek söz konusu karakterlerin canavar veya mikropmuş gibi canlandırıldığı, Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği ekli listede “Gıdalarda Genel Olarak Kullanımına İzin Verilen Gıda Katkı Maddeleri” başlığı altında yer alan ve gıdalarda belirli oranlarda kullanılmasına yasal mevzuatla izin verilen adı geçen gıda bileşenlerinin insan sağlığı için tehdit oluşturan çok tehlikeli maddelermiş gibi tanıtılmasıyla tüketicilerin endişeye sevk edildiği, diğer taraftan söz konusu maddelerin sağlığa çok zararlı olduğu iddiası ile tüketicilere yönelik olarak bu bileşenleri içeren gıdaların tüketilmemesi gerektiği mesajı verildiği; reklam filminde emülgatör, renklendirici ve glikoz şurubunu canlandıran canavarlara **“çikolata bisküvi ekmek pasta bütün gıda sektörü bizden sorulur”** ifadeleri söyletilerek gıda sektöründeki tüm firmaların bu katkı maddelerini kullandığı iddiası ile topyekün gıda sektörünün karalandığı, gıda sektöründeki firmaların tüketicilerin sağlığı ile oynadığı, sağlıksız ve kötü ürünler piyasaya sürdüklerinin iddia edildiği, böylece gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıldığı;

Sütlü Buz Limited Şirketi konulu reklamda, Sütlü Buz Limited Şirketi'nden geldiklerini belirten ve emülgatör, renklendirici ve glikoz şurubunu temsil eden üç farklı animasyon canavara yer verildiği, Sütlü Buz Limited Şirketinden gelen ve emülgatör’ü canlandıran canavar tarafından söylenen **“L’era Fresca yediğinizi görüyorum, demek ki bir emülgatör, bir renklendirici, bir glikoz şurubu yok hayatınızda. Peki olsun istemez misiniz?”** ifadesi ile Yenilebilir Buzlu Ürünler Tebliği’nde tanımlanarak gıda mevzuatımız kapsamında üretimine izin verilen sütlü buz ürünlerinin sağlığa çok zararlı bileşenler içerdiği iddia edilerek bu ürünlerin tüketilmemesi gerektiği izlenimi yaratıldığı; diğer taraftan gıda mevzuatında "dondurma" ürününün "sütlü buz" ürününden daha üstün veya sağlıklı olduğuna ilişkin herhangi bir düzenleme öngörülmediği halde reklam filminde yer verilen **“Sütlü buz değil dondurma”** ifadesi ile dondurmanın sütlü buz ürünlerinden “daha üstün” ve "sağlık için daha iyi" olduğu mesajı verildiği ve "sütlü buz" ürün kategorisinde yer alan ürünlerin içerdiği canavar bileşenler nedeniyle "kötü" ve "sağlığa zararlı" olduğu ima edilerek hem bu ürün kategorisinin kötülendiği hem de haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca sütlü buz üreticilerinin sağlığa zararlı bileşenler kullandığı iddiası ile itham altında bırakılarak itibarsızlaştırıldığı ve böylece dürüst rekabet ilkelerinin ihlal edildiği,

**“Hayatında da dondurmasında da iyileri tercih edenlere, özenle seçilen meyveleriyle leziz sütüyle doğal içeriğiyle iyilik dolu dondurma L’era Fresca”** ifadeleri ile L’era Fresca dışındaki sütlü buz ve dondurma ürünlerinin iyi olmadığı, kötülük dolu olduğu izlenimi yaratıldığı,

İnceleme konusu reklam filmlerinde görülen L’era Fresca marka dondurmanın ürün ambalajı üzerinde **“%100 doğal içerikler”** şeklinde bir ibareye yer verildiği halde ürün içeriğinde kıvam arttırıcı (keçi boynuzu gamı ve ksantan gam) bileşenlere yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu görüş ve kanaatine varılarak anılan reklam ve tanıtımların,

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

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

- Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet” ve “Dürüstlük kuralına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” başlıklı 55/1 ve 55/5 inci maddesi,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 10 ve 26/1 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 **3 (üç) ay süre ile tedbiren durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.