**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  8 Eylül 2015

**Toplantı Sayısı :** 240

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/1032**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Devir Vodafone’la Telefonsuz Fiber Devri”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran-Temmuz 2015

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

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda, ***“Şşşt!alo! Şu internet şifresini ver de şöyle full HD full aksiyonlu film izleyelim. Şifre yokki kardeşim, zaten internet de yok. İnternet yok. Bu devirde! Hee, en hızlısı olsun, fiberli olsun dedim, ev telefonu isterler diye bağlatmadım. Fiber içinde mi ev telefonu…Ya sen bırak fiberi ya arkadaşım ya! Break dansa gel (…) Bu devirde fiber internet olmayan ev taa bu devirde gözükür. Vodafone supernet fiber ile evler çağı yakalıyor. Siz de hemen Vodafone’u arayın, ev telefonu ve hat ücreti olmadan supernet limitsiz internet fırsatlarına ayda 49,90 TL’den başlayan fiyatlarla sahip olun.”*** ifadelerine altyazı da ise *“…49,90 TL, 16 Mbps’e kadar 60 GB AKN’li ADSL paketinin kampanyalı aylık ücretidir. Telefonsuz Fiber/FiberHız paketlerinin kampanyalı bedeli aylık 59,90 TL’den başlamaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, ***“Şşşt!alo! Şu internet şifresini ver de şöyle full HD full aksiyonlu film izleyelim. Şifre yokki kardeşim, zaten internet de yok. İnternet yok. Bu devirde! Hee, en hızlısı olsun, fiberli olsun dedim, ev telefonu isterler diye bağlatmadım. Fiber içinde mi ev telefonu…Ya sen bırak fiberi ya arkadaşım ya! Break dansa gel (…) Bu devirde fiber internet olmayan ev taa bu devirde gözükür. Vodafone supernet fiber ile evler çağı yakalıyor. Siz de hemen Vodafone’u arayın, ev telefonu ve hat ücreti olmadan supernet limitsiz internet fırsatlarına ayda 49,90 TL’den başlayan fiyatlarla sahip olun.”*** ifadelerine altyazı da ise *“…49,90 TL, 16 Mbps’e kadar 60 GB AKN’li ADSL paketinin kampanyalı aylık ücretidir. Telefonsuz Fiber/FiberHız paketlerinin kampanyalı bedeli aylık 59,90 TL’den başlamaktadır.”* ifadelerine yer verildiği, reklamlarda **“Vodafone SüperNet Fiber”** hizmetinin tanıtımı yapılmasına rağmen reklamların ana vaadinde **“Süpernet Limitsiz İnternet (ADSL)”** in fiyatının belirtildiği, reklamlarda tanıtılan hizmet ile fiyat duyurusu yapılan hizmetin birbirinden farklı olduğu dolayısıyla tüketiciler nezdinde anlam karışıklığı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan anılan reklamlarda yer verilen ifadeler ile tüketiciler nezdinde internet hizmeti sunan firmaların internet hizmeti verebilmeleri için ev telefonu bağlantısının zorunlu olduğu algısının oluşturulduğu, ancak 03.12.2010 tarihinden itibaren internet hizmeti almak isteyen tüketicilere yalın DSL hizmetinin sunulduğu, tüketicilerin ev telefonu ve internet hizmetini birlikte almalarının zorunlu olmadığı, bu nedenlerle anılan reklamların gerçeği yansıtmadığı,

Dolayısıyla, anılan 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, 13 ve 32 nci maddelerine,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2015/962**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Avea Prime ve TTNET İşbirliği”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.06.2015-28.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***“Avea Prime ve TTNET İşbirliği”*** başlıklı reklamlarda;***“Siz iletişimin tadını doyasıya çıkarın diye Avea Prime ve TTNET bir araya geldi. Şimdi Avea Prime dünyasına katılanlara TTNET’ten dolu dolu 50 GB limitsiz internet, Avea Prime’dan 6 GB cepten internet ve daha pek çok ayrıcalık hepsi bir arada 85 TL. TTNET ile evde Avea Prime ile dışarıda internetin tadını çıkarın.”*** ifadelerine, altyazıda ise *“30 Haziran’a kadar Prime Klasik tarifesine (12 ay söze) yeni aktivasyon, numara taşıma, faturasızdan geçişle gelerek, 16 Mbps’ye kadar TTNET Ultranet Limitsiz paketine (24 ay söze) yeni abone olan müşterilerimiz içindir. Hız konuma göre değişkendir. Adil kullanım noktası uygulanır. Bağlantı ücreti (2 TL x 24 ay). Damga vergisi alınır. Detaylar:* [*www.aveaprime.com.tr*](http://www.aveaprime.com.tr)*”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Avea Prime ve TTNET İşbirliği”*** başlıklı reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2015/851**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Vodafone Red’liler Borajet’le Yaz Boyunca Yüzde 50 İndirimli Uçuyor”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015-19.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnternet üzerinden yayınlanan ***“Vodafone Red’liler Borajet’le Yaz Boyunca Yüzde 50 İndirimli Uçuyor.”*** başlıklı reklamlarda; *“Vodafone Red’liler Borajet’te % 50 indirimli.”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu hususun bireysel bir mağduriyet niteliğinde olduğu, firma tarafından tüketici mağduriyetinin giderildiği ve Reklam Mevzuatı bakımından herhangi bir aykırılık olmadığı dolayısıyla inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2015/894**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Vodafone’a Neden Geçeyim”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında 2015 yılı içerisinde yayınlanan reklamlarınana vaadinde; ***Vodafone’a neden geçeyim? Çekim kalitesini pek bilemiyorum. E zaten kapalı alanlar çekilmez oluyor, bir de operatör çekmezse ohoo..” (….) “Evladım, Vodafone iyi çekmese Efes’te tarihin derinliklerinde kazı yapan arkeolog kızımla, ki çok çalışkandır, Fulya’da -2. katta bütün gün müzik tıngırdatan o yeğenlerimle, Ankara-Eskişehir hızlı treninde mekik dokuyan makinist kardeşimle konuşmak bu kadar kolay olur muydu?” (.…) “Bunu ben bir düşüneyim” (.…) “Aman be evladım, düşün düşün nereye kadar?” Tabii ki Vodafone’a kadar.”*** ile ***“Sevdikleriniz nerede olursa olsun, onlarla kavuşmanın kolayı Vodafone’da. Nasıl mı? Her yıl akıllı kapsama teknolojimize eklediğimiz binlerce yeni çekim noktasıyla. Üstelik numaranızı taşıyıp memnun kalmazsanız paranız iade. 21 milyon Vodafone’lu haksız değil. Çünkü Vodafone bildiğiniz gibi değil.”*** ifadelerine ve anılan televizyon reklamlarının altyazısında *“2G ve 3G kapsaması, kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza, bağlanılan siteye göre değişebilir. 27 Nisan-31 Mayıs 2015 tarihleri arasında geçerlidir. Bireysel esnaf tarifeleri, cihaz kampanyasına girmiş aboneler kapsam dışındadır. İade için abonelerin taşımadan itibaren 30 günde web sitesindeki formu doldurarak, imzalayarak, belirtilen adrese posta veya e-postayla başvurmaları ve numaralarını taşımaları gerekmektedir. İade, faturalı tarifelerin aylık sabit ücret tutarları ve faturasız hatların kullanılan tutarları içindir. Abonelere iade Vodafone’ca yetkilendirilen 3. parti tarafından banka hesaplarına yapılacaktır. İade işlemi bir abone için 3 hatla sınırlıdır. Vodafone kampanya şartlarında değişiklik yapabilir ve gerekli gördüğünde BTK’ya yasal kurallarca bildirimle kampanyayı sonlandırabilir. 2010’dan beri toplam 10826 yeni baz istasyonu SingleRAN teknolojisiyle kurulmuştur. Ankara-Eskişehir hızlı tren hattında, Efes Meryem Ana Kilisesi ve Celcius Kütüphane bölgesinde ve Fulya, İstanbul Lat: 41.062425 Lon: 29.000772 koordinatında -2. Katta bağımsız araştırma kuruluşunca yapılan kapsama ve ses arama testinin sonuçlarına göre, Vodafone’un kapsama ve ses servisinde sorun yaşanmamıştır. BTK’ya sunulan Mart 2015 raporunca, Vodafone’un abone sayısı 21 milyonun üzerindedir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamların ana vaadinde yer verilen ifadelerin bağımsız araştırma şirketi tarafından gerçekleştirilen testler ile ispatlandığı ve 2010 yılından itibaren yıllık yeni eklenen baz istasyonu sayısının gerçeği yansıttığı 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.

**5)**

**Dosya No: 2015/1031**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

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

**Tespitler:** 2015 yılı içerisinde televizyon kanallarında yayınlanan reklamların altyazısında; *“Red Large, Red Medium ve Red Small tarifelerinde 31 Mayıs’a kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır. Çalışır durumdaki ve Vodafone tarafından belirlenmiş koşulları sağlayan telefonlar geri alınacaktır. Geçerli tarifeler, cihaz modelleri ve geri alım koşulları ile ilgili detaylar için vodafone.com.tr”* ifadelerine ve firmaya ait www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ***“Eski Akıllı Telefonunu Getir, Yenisini Götür****”* başlıklı reklamların *“Esaslar”* kısmında; “*Kampanya kapsamında çalışır durumdaki ve Yeni Gibi ve Kullanılmış statülü Apple iPhone 5 16GB, Apple iPhone 5 32GB, Apple iPhone 5 64GB, Apple iPhone 5s 16GB, Apple iPhone 5S 32GB, Apple iPhone 5S 64GB, Samsung Galaxy Note 3 32GB N9000, Samsung Galaxy Note 3 Neo N7500, Samsung Galaxy Note II 16GB N7100, Samsung Galaxy S4 16GB I9500, Samsung Galaxy S4 Mını 8GB I 9190, Samsung Galaxy S5 16GB G900, Samsung Galaxy S III I9300, Samsung Galaxy S III Mini 8GB I8190, Samsung Galaxy S4 Active I9295, Samsung Galaxy S4 Zoom C1010, Sony Xperia Z1, Sony Xperia Z2, Sony Xperia L, Sony Xperia Z Ultra 16GB, LG G2 D802, LG G3 D855, HTC One M7 32GB, HTC One M8 16GB model telefonlardan bir tanesini Vodafone Cep Merkezlerine teslim eden ve 24 ay süresince Vodafone Red Small, Red Medium ve Red Large tarifelerinden birini kullanmayı taahhüt eden aboneler her bir tarife için teslim edilen telefonların durumuna göre ayrı ayrı belirlenmiş indirimli aylık ek ödemeler karşılığında kampanya kapsamında sunulan iPhone 6 16GB, iPhone 6 64GB, iPhone 6+ 16GB, Samsung Galaxy S6, Samsung Galaxy Edge 32GB, HTC One M9,LG G Flex2 ve Sony Xperia Z3 model telefonlardan birinin sahibi olacaklardır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamların altyazısında ve firmaya ait internet sitesindeki reklamlarda Vodafone markalı cihazların kampanya kapsamında sayılan cihazlar arasında yer almadığı 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.

**BANKACILIK VE SİGORTACILIK HİZMETLERİ**

**6)**

**Dosya No: 2015/1264**

**Şikayet Edilen: Cepkask İleri Teknoloji Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cepkask.com](http://www.cepkask.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Cepkask”*** isimli cep telefonu sigortasına ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.cepkask.com** adresli internet sitesinde yer alan “Cepkask” isimli cep telefonu sigortasına ilişkin tanıtımlarda; *“Cepkask Cep Telefonlarının ‘Çarpma, Kırılma, Sıvı Teması, Yüksek Voltaj,* ***Hırsızlık****, Kapkaç, Gasp ve Doğal Afetler ‘gibi garanti kapsamına girmeyen kullanıcı hatalarına karşı cihazları 1 yıl teminat altına alan bir hizmet paketidir. Cepkask sıfır,her marka model ve faturalı telefonlara aynı zamanda yurt dışından getirilmiş telefonlara hizmet verir.*

*Cepkask cep telefonunuzu Çarpma, Düşme, Kırılma, Sıvı Teması, Yüksek Voltaj, Kavrulma, Gasp, Kapkaç,* ***Hırsızlık*** *gibi risklere karşı güvence altına alırken ayrıca müşterilerine Danışmanlık, Teknik Destek, Hukuki Danışmanlık, Lojistik, Call Center gibi hizmetler verir.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.cepkask.com** adresli internet sitesinde yer alan “Cepkask” isimli cep telefonu sigortasına ilişkin tanıtımlarda; *“Cepkask Cep Telefonlarının ‘Çarpma, Kırılma, Sıvı Teması, Yüksek Voltaj,* ***Hırsızlık****, Kapkaç, Gasp ve Doğal Afetler ‘gibi garanti kapsamına girmeyen kullanıcı hatalarına karşı cihazları 1 yıl teminat altına alan bir hizmet paketidir. Cepkask sıfır,her marka model ve faturalı telefonlara aynı zamanda yurt dışından getirilmiş telefonlara hizmet verir.*

*Cepkask cep telefonunuzu Çarpma, Düşme, Kırılma, Sıvı Teması, Yüksek Voltaj, Kavrulma, Gasp, Kapkaç,* ***Hırsızlık*** *gibi risklere karşı güvence altına alırken ayrıca müşterilerine Danışmanlık, Teknik Destek, Hukuki Danışmanlık, Lojistik, Call Center gibi hizmetler verir.”* ifadelerinin yer aldığı,

Açıklanan nedenlerle söz konusu tanıtımların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**7)**

**Dosya No: 2015/612**

**Şikayet Edilen: Sigortam.net Sigorta ve Reasürans Brokerlik Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sigortam.net](http://www.sigortam.net) adresli internet sitesinin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan ve ***“%45’e varan fiyat avantajları”*** ibarelerinin yer aldığı televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** www.sigortam.net adresli intenet sitesinin tanıtmına yönelik olarak yayınlanan televizyon reklamlarında; *“Ben arabama kasko yaptıracaksam internete bakarım.Bazen böyle bakarım, bazen de böyle bakarım. Öyle bir bakarım ki benim için onlarca sigorta şirketini karşılaştırır, %45’e varan fiyat avantajı sağlar. Peki, nereye mi bakarım? Evet, sigortam net. Ben sigortam nete bakmadan sigorta almam.”* sözlü ifadeleri yer alırken alyazıda *“%45 fiyat avantajı, verilen tekliflerin en ucuzu ve en pahalısı arasındaki fiyat farkıdır.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Sigortam.net” isimli sigorta karşılaştırması ve satışı hizmetine yönelik televizyon reklamlarının, reklamda yer alan *“%45’e varan fiyat avantajları”* iddiasının ispatlanmış olması gerekçesiyle, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2015/1265**

**Şikayet Edilen: Generali Sigorta A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.generali.com.tr](http://www.generali.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Generali Bedava 1 Ay Süreli Kolay”*** başlıklı kampanya ile ***“20 TL Hepsiburada Hediye Çeki”*** isimli kampanyaya ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Generali Bedava 1 Ay Süreli Kolay”* başlıklı kampanya kapsamında [www.generali.com.tr](http://www.generali.com.tr) adresli internet sitesinde “Belirtilen tarihler arasında [www.generali.com.tr](http://www.generali.com.tr) adresini tıklayarak veya 0 850 555 55 55 numaralı 7/24 sigorta danışmanlığı hattını arayarak zorunlu trafik sigortası satın alan kişiler 1 ay süreyle geçerli olacak şekilde Kolay Kasko ürününe ücretsiz olarak hak kazanacaklardır.” ibarelerinin yer aldığı,

Diğer taraftan başvuru sahibinin katıldığı “20 TL Hepsiburada Hediye Çeki” kampanyası kazananlar listesinde başvuru sahibinin isminin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Generali Bedava 1 Ay Süreli Kolay”* başlıklı kampanya ile *“20 TL Hepsiburada Hediye Çeki”* kampanyası kapsamında [www.generali.com.tr](http://www.generali.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımların, söz konusu kampanyalara ilişkin tüketici mağduriyetinin giderilmiş olduğu ve ayrıca tanıtımlarda reklam mevzuatına aykırı bir hususun bulunmadığı değerlendirildiğinden, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**9)**

**Dosya No: 2015/352**

**Şikayet Edilen:** **Unilever San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Dove Kağıt Testi"*** başlıklı reklamlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Ocak-Şubat 2015 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ***"Dove Kağıt Testi"*** başlıklı reklamlarda; *“Bu test kağıdı sabunların birbirinden ne kadar farklı olduğunu göstermek için geliştirildi. Sıradan sabunun test kağıdındaki etkisi bu ise cildinizi nasıl kurutabileceğinizi tahmin edebiliyor musunuz? Dove farklıdır. İçerdiği dörtte bir nemlendirici krem sayesinde cildinizin nem dengesini korumaya yardımcı olur. Güzellik için her gün Dove”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerin, inceleme konusu reklamlarda yer verilen ifadeleri ispatladığı ve Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumundan alınan görüş yazısı kapsamında ***“Dove Beauty Bar”*** isimli ürünün sıradan sabunlarla karşılaştırılmasının mevzuata aykırılık teşkil etmediği değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2014/959**

**Şikayet Edilen: Expanscience Laboratuvarları İlaç San. Paz. ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mustela.com.tr](http://www.mustela.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Mustela”*** markalı kozmetik ürüne yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.mustela.com.tr adresli internet sitesinin 15.04.2015 tarihli görünümlerinde;

*“Mustela Stelaker”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“YENİDOĞAN KONAKLARI. Konakların hızlı bir şekilde giderilmesine yardımcı olur. Sorunlu bölgeyi yeniden dengeli hale getirir…* *STELAKER® içeriğindeki doğal etkin içerikler sayesinde konaklara karşı etkili şekilde mücadele eder…konakların hızlı bir şekilde yok edilmesi kolaylaşır ve aşırı sebum salgılanması düzenlenir. Mikro-organizmaların çoğalması sınırlandırılır.”*,

*“Mustela Stelatria Onarıcı Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildi onarır…STELATRIA® onarıcı krem aşağıdaki gibi bakterilerin çoğalabileceği lokal (yüz ve vücut ), tahriş ve kızarıklıkların bakımı için endikedir : Dış etkenlere bağlı tahrişler : ağız, dudaklar, parmak çevresinde; çatlak, cilt hastalıkları, cilt kıvrımlardaki tahrişler (boyun, kulaklar…). Cilt yüzeyindeki değişimlerin sonrası : küçük yaralar, çizikler, suçiçeği izleri , böcek ısırmaları, sinek sokmaları, isilik vs. STELATRIA® onarıcı krem, içeriğindeki doğal etken maddeler sayesinde, cilt tahrişlerini etkin bir şekilde onarır: Oligo element yönünden zengin içeriği sayesinde (bakır – çinko– manganez) hücre yenilenmesi harekete geçirilir ve cilt onarımı hızlanır …”*,

*“Mustela Stelaprotect Vücut Sütü”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal patentli bir etken madde olan Avokado şekeri sayesinde cildin bariyer işlevi yeniden yapılandırılmakta, cildin tolerans eşiği yükseltilmekte ve enfeksiyon riskleri sınırlanmaktadır”*,

*“Mustela Stelaprotect Yüz Bakım Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal patentli bir etken madde olan Avokado şekeri sayesinde cildin bariyer işlevi yeniden yapılandırılmakta, cildin tolerans eşiği yükseltilmekte ve enfeksiyon riskleri sınırlanmaktadır”*,

*“Mustela Stelatopia Emolyent Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kaşıntı ve tahrişlerin giderilmesine yardımcı olur.”*,

*“Mustela Nursing Comfort Balm/Meme Başı Çatlak Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…tahriş olmuş cildin yeniden yapılanmasına yardımcı olur:…* *cilt yeniden canlanır ve tahriş olan bölgeler onarılır.”*,

*“Mustela Post Partum Gel/Doğum Sonrası Jel”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mustela Post Partum Gel yapılandırıcı vücut kremi, doğal etken maddeler sayesinde cilt sarkmasının ve fazlalıkların giderilmesine yardımcı olur.”*,

*“Mustela Specific Support Bust / Özel Göğüs Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cildin sarkmasını … önleyerek göğüsleri sıkılaştırır:…”*,

*“Mustela Stretch Marks Intensive Action / Çatlak Gidermeye Yardımcı Bakım Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…Mustela Çatlak Gidermeye Yardımcı Bakım Kremi, … oluşmuş çatlakları hedefler ve azalmalarına yardımcı olur.”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **www.mustela.com.tr** adresli internet sitesinin **15.04.2015** tarihli görünümlerinde;

*“Mustela Stelaker”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“YENİDOĞAN KONAKLARI. Konakların hızlı bir şekilde giderilmesine yardımcı olur. Sorunlu bölgeyi yeniden dengeli hale getirir…* *STELAKER® içeriğindeki doğal etkin içerikler sayesinde konaklara karşı etkili şekilde mücadele eder…konakların hızlı bir şekilde yok edilmesi kolaylaşır ve aşırı sebum salgılanması düzenlenir. Mikro-organizmaların çoğalması sınırlandırılır.”*,

*“Mustela Stelatria Onarıcı Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildi onarır…STELATRIA® onarıcı krem aşağıdaki gibi bakterilerin çoğalabileceği lokal (yüz ve vücut ), tahriş ve kızarıklıkların bakımı için endikedir : Dış etkenlere bağlı tahrişler : ağız, dudaklar, parmak çevresinde; çatlak, cilt hastalıkları, cilt kıvrımlardaki tahrişler (boyun, kulaklar…). Cilt yüzeyindeki değişimlerin sonrası : küçük yaralar, çizikler, suçiçeği izleri , böcek ısırmaları, sinek sokmaları, isilik vs. STELATRIA® onarıcı krem, içeriğindeki doğal etken maddeler sayesinde, cilt tahrişlerini etkin bir şekilde onarır: Oligo element yönünden zengin içeriği sayesinde (bakır – çinko– manganez) hücre yenilenmesi harekete geçirilir ve cilt onarımı hızlanır …”*,

*“Mustela Stelaprotect Vücut Sütü”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal patentli bir etken madde olan Avokado şekeri sayesinde cildin bariyer işlevi yeniden yapılandırılmakta, cildin tolerans eşiği yükseltilmekte ve enfeksiyon riskleri sınırlanmaktadır”*,

*“Mustela Stelaprotect Yüz Bakım Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal patentli bir etken madde olan Avokado şekeri sayesinde cildin bariyer işlevi yeniden yapılandırılmakta, cildin tolerans eşiği yükseltilmekte ve enfeksiyon riskleri sınırlanmaktadır”*,

*“Mustela Stelatopia Emolyent Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kaşıntı ve tahrişlerin giderilmesine yardımcı olur.”*,

*“Mustela Nursing Comfort Balm/Meme Başı Çatlak Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…tahriş olmuş cildin yeniden yapılanmasına yardımcı olur:…* *cilt yeniden canlanır ve tahriş olan bölgeler onarılır.”*,

*“Mustela Post Partum Gel/Doğum Sonrası Jel”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mustela Post Partum Gel yapılandırıcı vücut kremi, doğal etken maddeler sayesinde cilt sarkmasının ve fazlalıkların giderilmesine yardımcı olur.”*,

*“Mustela Specific Support Bust / Özel Göğüs Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…cildin sarkmasını … önleyerek göğüsleri sıkılaştırır:…”*,

*“Mustela Stretch Marks Intensive Action / Çatlak Gidermeye Yardımcı Bakım Kremi”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…Mustela Çatlak Gidermeye Yardımcı Bakım Kremi, … oluşmuş çatlakları hedefler ve azalmalarına yardımcı olur.”* ifadelerinin yer aldığı,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan *“Mustela Stelaker”* isimli ürünün tıp literatüründe hastalık olarak yer alan ve “Konak” olarak bilinen hastalığın tedavisinde kullanılacağına dair ifadeler ile internet sitesinde yer alan diğer kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlarda geçen ve yukarıda yer verilen altı çizili ifadelerin, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan inceleme konusu tanıtımların;

- 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 **Expanscience Laboratuvarları İlaç San. Paz. ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2014/1448**

**Şikayet Edilen: Kopaş Kozmetik Pazarlama ve Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Dalin Hipoalerjenik Sıvı Çamaşır Deterjanı”*, *“Dalin Hipoalerjenik Konsantre Yumuşatıcı (Soft/Lavanta/Flower)”*** ve ***“Dalin Hipoalerjenik Yumuşatıcı”*** isimli ürünlere ilişkin ambalajlar üzerinde ve [www.dalin.com.tr](http://www.dalin.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar ile söz konusu çamaşır deterjanı ve konsantre yumuşatıcıya ilişkin televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı, televizyon reklamı ve internet

**Tespitler:** “Dalin Hipoalerjenik Sıvı Çamaşır Deterjanı” isimli ürüne ilişkin televizyon reklamlarında; “Dalin sizi hassasiyete davet ediyor. Dermatolojik olarak test edilen, bebeklere ve bebekler kadar hassas ciltlere özel hipoalerjenik sıvı deterjan.Yeni nesil sıvı çamaşır deterjanı; Dalin” sözlü ifadelerinin ve “Dalin sizi hassasiyete davet ediyor…hassas ciltlere ve bebeklere özel…hipoalerjenik sıvı çamaşır deterjanı” yazılı ifadelerinin yer aldığı,

“Dalin Hipoalerjenik Konsantre Yumuşatıcı (Soft/Lavanta/Flower)” isimli ürüne ilişkin televizyon reklamlarında; “Hassas ciltlere özel yeni Dalin Konsantre Yumuşatıcı. Çiçeklerden gelen üç ayrı kokusuyla Dalin’den cildinize yumuşacık bir dokunuş. Hem bebeğiniz hem sizin için.” sözlü ifadelerinin ve “Dalin’den hassas ciltlere özel … Hipoalerjenik” yazılı ifadelerinin yer aldığı,

Diğer taraftan “Dalin Hipoalerjenik Sıvı Çamaşır Deterjanı”, “Dalin Hipoalerjenik Konsantre Yumuşatıcı (Soft/Lavanta/Flower)” ve “Dalin Hipoalerjenik Yumuşatıcı” isimli ürünlere ilişkin ambalajlar üzerinde ve www.dalin.com.tr adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda da söz konusu ürünlerin “Hipoalerjenik” ve “Bebeklere ve hassas ciltlere özel” olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Dalin Hipoalerjenik Çocuk Sıvı Çamaşır Deterjanı / Dalin Hipoalerjenik Konsantre Yumuşatıcı / Dalin Hipoalerjenik Yumuşatıcı” isimli ürünlere yönelik olarak “Hipoalerjenik” ibaresiyle yapılan reklam ve tanıtımların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2014/1179**

**Şikayet Edilen: Ella Farma İlaç Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.eczaistanbul.com](http://www.eczaistanbul.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“X-Cleaner Krem”*** ve ***“WX Vapour Rub”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.eczaistanbul.com adresli internet sitesinin 03.07.2015 tarihli görünümünde; *“X-Cleaner Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Isı yanıkları (Alev, aşırı ısı veya güneş yanıkları…Kontakt dermatit…Ürtiker…Atopik dermatit…Yetişkin pişikleri…”* ifadelerine, *“WX Vapour Rub”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kullanım alanı:Hapşırık, öksürük ses kısıklığı, boğaz ve bronş mukozasında hafif akıntı, nezle ile birlikte soğuk algınlığı tedavisine yardımcı olarak kullanılır. Kullanım şekli: Soluma durumunda kaynar su ile uygulanmalıdır. Alt üst solunum yolu enfeksiyonlarında ağrılı yere sürülerek uygulanır…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.eczaistanbul.com adresli internet sitesinin 03.07.2015 tarihli görünümünde; *“X-Cleaner Krem”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Isı yanıkları (Alev, aşırı ısı veya güneş yanıkları…Kontakt dermatit…Ürtiker…Atopik dermatit…Yetişkin pişikleri…”* ifadelerine, *“WX Vapour Rub”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kullanım alanı: Hapşırık, öksürük ses kısıklığı, boğaz ve bronş mukozasında hafif akıntı, nezle ile birlikte soğuk algınlığı tedavisine yardımcı olarak kullanılır. Kullanım şekli: Soluma durumunda kaynar su ile uygulanmalıdır. Alt üst solunum yolu enfeksiyonlarında ağrılı yere sürülerek uygulanır…”* ifadelerine yer verildiği,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda anılan ürünlere ilişkin olarak yer alan ifadelerin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

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

- Sağlık Beyanları ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında 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 **Ella Farma İlaç Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2014/1392**

**Şikayet Edilen: İstanbul Yönetim Danışmanlık Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.saglikapinizda.com](http://www.saglikapinizda.com) adresli internet sitesinde yer alan “***Bonal F Plus Jel”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2013

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.saglikapinizda.com** adresli internet sitesinin 14.11.2013 tarihli görünümünde yer alan ***“Bonal F Plus Jel”***isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kullanım Alanı: Hamilelikte meydana gelen karın çatlakları, genel vücut çatlakları, ergenlik döneminde oluşan çatlaklar, diyet döneminde fazla kilo alıp vermeye bağlı olarak oluşan çatlaklarda…* *Özellikler:* ***Çatlakları azaltır, yeni çatlak oluşumunu önler****.****”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.saglikapinizda.com adresli internet sitesinin 14.11.2013 tarihli görünümünde yer alan *“Bonal F Plus Jel”* isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kullanım Alanı: Hamilelikte meydana gelen karın çatlakları, genel vücut çatlakları, ergenlik döneminde oluşan çatlaklar, diyet döneminde fazla kilo alıp vermeye bağlı olarak oluşan çatlaklarda…* *Özellikler: Çatlakları azaltır, yeni çatlak oluşumunu önler.”* ifadelerine yer verildiği,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “*Çatlakları azaltır, yeni çatlak oluşumunu önler.”* ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İstanbul Yönetim Danışmanlık Hizmetleri 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.

**14)**

**Dosya No: 2014/1171**

**Şikayet Edilen:** **Yılmaz Temizlik**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ersag.gen.tr adresli internet sitesinde yer alan *“****Ersağ Anti Sivilce Losyonu”*** *ve "* ***Ersağ Anti Selülit Bakım Losyonu"*** adlı ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2014, 13.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *www.ersag.gen.tr*** adresli internet sitesinin **11.04.2014** tarihli görünümünde, ***“Ersağ Antiakne Sivilce Losyonu*”** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“****Ersağ* ***Antiakne*** *Sivilce Losyonu. Yoğun sivilce ve komedan (gözenekleri tıkanmış) ciltler için önerilir. Cildi artıklardan temizlerken, sivilcelerin giderilmesine yardımcı olur.* ***Yeni sivilce oluşumunu engeller.*** *Dengeli formülü ile ciltteki aşırı yağlanmayı önler. Ersağ Anti Akne Losyonu İçeriği Dulavrat otu: Cildi temizler, güçlendirir.* ***Mikrop öldürücü özelliğine sahiptir****.* ***Hemoroide iyi gelmektedir. Yaraların daha hızlı şekilde düzelmesini sağlamaktadır.*** *Sinirli ot: Ayak parmakları arasındaki pişiklere iyi gelir.* ***Parmak arasındaki iltihaplı dolamaya karşı kullanılır****. Sivrisinek, Arı ve benzeri böceklerin sokmasına karşı etkilidir.* ***Antibakteriyel ve iltihap önleyicidir.*** *Sinirli ot Allontoin maddesi içerir.* ***Allontion iltihap önleyici, mikropları öldüren, yaraları iyiyleştiren ve yeni deri hücrelerinin büyümesini uyaran bir bitkidir****. Eski bir bitki kitabında derki; kara kurbağası örümcek tarafından ısırıldığında hemen sinirli ota koşar. Kekik:* ***Dezenfekte edicidir. Bakteri oluşumunu önler.*** *Güçsüz, zayıf ve solgun çocuklara kekik banyosu önerilir. Cildi güçlendirir. Sağlıklı ve parlak görünüm sağlar. Ergenlik sivilcelerine iyi gelir.”.”* ifadelerine,

Söz konusu internet sitesinin**13.04.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Ersağ Anti Selülit Bakım Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda ;***“****Ersağ* ***Anti Selülit*** *Bakım Losyonu*, *selülit sorunu olan kişiler için özel formüle edilmiştir. Masaj desteğiyle uygulanarak, düzenli kullanımda portakal kabuğu görüntüsünü minimuma indirmeyeyardımcı olur”* ifadelerine,

***“Ersağ Termal Çamur”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“Ersağ Termal Çamur içeriğindeki bitki özleri ve mineraller sayesinde cildin hasar görmüş tabakasını onarır. PH dengesini ayarlar, siyah noktaların akne ve sivilcelerin giderilmesine yardımcı olur.*** *ÜRÜN TIBBİ TANIMLAMASI;* ***Banyo ve lokal uygulamalar şeklinde* *dejeneratif romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde, kronik bel ağrısı, miyozit, tendinit, fibramiyalji sendremu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde yardımcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir. KESİNLİKLE İLAÇ DEĞİLDİR*”** ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***www.ersag.gen.tr*** adresli internet sitesinin **11.04.2014** tarihli görünümünde, ***“Ersağ Antiakne Sivilce Losyonu*”** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“****Ersağ* ***Antiakne*** *Sivilce Losyonu. Yoğun sivilce ve komedan (gözenekleri tıkanmış) ciltler için önerilir. Cildi artıklardan temizlerken, sivilcelerin giderilmesine yardımcı olur.* ***Yeni sivilce oluşumunu engeller.*** *Dengeli formülü ile ciltteki aşırı yağlanmayı önler. Ersağ Anti Akne Losyonu İçeriği Dulavrat otu: Cildi temizler, güçlendirir.* ***Mikrop öldürücü özelliğine sahiptir****.* ***Hemoroide iyi gelmektedir. Yaraların daha hızlı şekilde düzelmesini sağlamaktadır.*** *Sinirli ot: Ayak parmakları arasındaki pişiklere iyi gelir.* ***Parmak arasındaki iltihaplı dolamaya karşı kullanılır****. Sivrisinek, Arı ve benzeri böceklerin sokmasına karşı etkilidir.* ***Antibakteriyel ve iltihap önleyicidir.*** *Sinirli ot Allontoin maddesi içerir.* ***Allontion iltihap önleyici, mikropları öldüren, yaraları iyiyleştiren ve yeni deri hücrelerinin büyümesini uyaran bir bitkidir****. Eski bir bitki kitabında derki; kara kurbağası örümcek tarafından ısırıldığında hemen sinirli ota koşar. Kekik:* ***Dezenfekte edicidir. Bakteri oluşumunu önler.*** *Güçsüz, zayıf ve solgun çocuklara kekik banyosu önerilir. Cildi güçlendirir. Sağlıklı ve parlak görünüm sağlar. Ergenlik sivilcelerine iyi gelir.”.”* ifadelerinin,

Söz konusu internet sitesinin**13.04.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Ersağ Anti Selülit Bakım Losyonu”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda ;***“****Ersağ* ***Anti Selülit*** *Bakım Losyonu*, *selülit sorunu olan kişiler için özel formüle edilmiştir. Masaj desteğiyle uygulanarak, düzenli kullanımda portakal kabuğu görüntüsünü minimuma indirmeyeyardımcı olur”* ifadelerinin,

***“Ersağ Termal Çamur”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlarda; ***“Ersağ Termal Çamur içeriğindeki bitki özleri ve mineraller sayesinde cildin hasar görmüş tabakasını onarır. PH dengesini ayarlar, siyah noktaların akne ve sivilcelerin giderilmesine yardımcı olur.*** *ÜRÜN TIBBİ TANIMLAMASI;* ***Banyo ve lokal uygulamalar şeklinde* *dejeneratif romatizmal hastalıkların kronik dönemlerinde, kronik bel ağrısı, miyozit, tendinit, fibramiyalji sendremu gibi yumuşak doku hastalıklarının tedavisinde yardımcı tedavi unsuru olarak kullanılabilir niteliktedir. KESİNLİKLE İLAÇ DEĞİLDİR*”** ifadelerinin yer aldığı,

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.ersag-temizlik.com* adlı internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin benzer tanıtımların tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta yer alan kozmetik tanımını aşan nitelikte değerlendirildiği,**

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

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

**-** Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci maddesi;

**-**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;

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**15)**

**Dosya No: 2014/83**

**Şikayet Edilen:** **Zeynep SET (Egra Danışmanlık)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“*Z*eynep SET Uzman Psikolog, Evlilik Aile Terapisti - Egra Eğitim ve Psikolojik Danışma Merkezi’nde Hizmetinizde…”*** ibareli açık hava ilanları

**Reklam Yayın Tarihi:** 23/10/2013-5/11/2013

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait tanıtımların ilgili sağlık mevzuatına aykırılık teşkil etmediğine ve dolayısıyla mezkur açık hava ilanlarının, mülga 4077 sayılı Kanunun 16 ncı maddesi ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2014/375**

**Şikayet Edilen:** **Niğde İşitme Cihazları Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** “***Eski cihazlarını getiren herkese yeni cihazda 200 TL indirim uygulanır”*** ibareli broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait broşürlerde *Siemens İşitme Cihazlarının* satışının yapıldığının belirtildiği, anılan broşürlerin dağıtıldığı dönemde Niğde ilinde Siemens marka işitme cihazlarının satışında başka bir firmanın yetkilendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait broşürlerde *Siemens İşitme Cihazlarının* satışının yapıldığının belirtildiği ancak anılan broşürlerin dağıtıldığı dönemde Niğde ilinde Siemens marka işitme cihazlarının satışında başka bir firmanın yetkilendirildiği ve bu firmanın tek yetkili firma olduğu, anılan firmanın gönderdiği yazı ekinde yer alan bahsi geçen yetki belgesinin geçerlilik tarihinin 01/01/2015 tarihi itibarıyla başladığı dolayısıyla mezkur firmanın Siemens marka işitme cihazlarının satışına yetkili olarak gösterildiği bahsi geçen broşürlerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a,5/b,5/e,7/a,7/c, 15 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, 11 ve 32 nci 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 **Niğde İşitme Cihazları Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleriuyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2014/1058**

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

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Excimer Lazer Intralase Laser (İlasik) Tedavisi”*** başlıklı broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.09.2011

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kuruluşa ait broşürlerde; *“İlasik Bıçaksız Lazer Teknolojisi ile Gözlerde Hd Kalitesi.Özel Kayseri Göz Hastanesi, Görmeye Değer…Gözlük ve lens kullanmadan Laser tedavisiyle net görmek mümkün…İlasik teknolojisi ile ağrısız, acısız, gözlüklerden ve lenslerden güvenle kurtulun…Excimer Laser İle Hayatınızda Neler Değişir?Saatinizi ve aynada yüzünüzü rahatlıkla görebilir, Gözlüksüz ve lenssiz doğal bir görünüm ve görüş elde edebilir, Rüzgar ve yağmur gibi iklim olaylarından daha az rahatsızlık duyabilir, İstediğiniz sporu, aktiviteyi yapabilirsiniz. Havuza ve denize rahatlıkla girebilirsiniz, Laser tedavisi sizin için ekonomiktir. Ömür boyu gözlük ve lensler için harcayacağınız tutardan çok daha azını bir kez ödeyerek maddi tasarruf sağlayabilirsiniz.Savaş pilotlarının ve NASA’nın astronotlarında onayladığı tek lazer yöntemi: İLASIK…Excimer Laser Operasyonlarında Hangi Yöntemi Tercih Etmeliyim?Excimer laser operasyonları değişik birkaç yöntemle yapılabilmektedir. Bunlar yüzeysel laser yöntemleri olan PRK-LASEK, ayrıca standart LASİK ve Intralase laser - İLASIK operasyonlarıdır. Yapılan tetkikler ve hastanın beklentileri göz önünde tutularak hasta için en uygun yöntem tercih edilmektedir. Karar aşamasında doktorun tecrübe ve deneyimi çok önemlidir. Eğer göz yapınıza uygunsa sonuçları ve en iyi yöntem intralase lasik – İLASİK’tir.Hastanemizde excimer laser- İLASİK operasyonların yurt içi ve yurt dışından gelen binlerce hastaya excimer laser – İLASİK uygulamalarını başarıyla gerçekleştirmiş Op. Dr. Fatih GÜNAN yönetimindeki refraktif cerrahi birimi doktorlarımız tarafından yapılmaktadır.İlasik Nedir?İLASİK, günümüzün en yenilikçi laser teknolojisi İNTRALASE (Bıçaksız Laser) ve ileri kişiye özel tedavi wavefront’un (Advanced CustomVueo) kombinasyonudur. İLASİK tamamen size özeldir. Her şey sizin kişisel görüş kalitenizi temel alarak yapılmaktadır. İLASİK yönteminde kullanılan teknoloji son derece güvenilirdir. NASA ve Amerikan Ordusu, astronot ve hava kuvvetleri pilotlarının yalnızca İLASİK tedavisi olabilmesi için onay vermiştir. Bu onay İLASİK yönteminin astronot ve pilot gibi mesleki olarak olağanüstü doğa koşullarına maruz kalan, çok güçlü ve özel görme kabiliyetine sahip olması gereken kişilerde dahi en iyi sonucu verdiğini göstermektedir. Neden İlasik? Standart Lasik İle Arasındaki En Önemli Fark Nedir?Standart LASİK operasyonlarında işlemin en önemli ve riskli birinci basamağı olan flep oluşturulması aşaması bıçaklı mikrokeratom adı verilen teknolojik olarak çok ince bir bıçakla mekanik olarak yapılmaktadır. Ancak İLASİK operasyonlarında bu işlem baştan sona tamamen bilgisayar kontrolünde laserle yapıldığından dolayı bıçaklı mikrokeratomla oluşabilecek tüm komplikasyonlar ortadan kalkmaktadır. Buna bağlı olarak kişinin görme keskinliği ve kalitesi de mükemmel olmaktadır. Sıkça Sorulan Sorular?Laser operasyonu güvenilir mi?Miyop-hipermetrop-astigmat gibi kırma kusurlarının Excimer Laser ile tedavisi, kuralları oturmuş ve sonuçları memnun edici ve riskleri çok düşük olduğundan güvenilir bir yöntem olarak tıp dünyasındaki yerini almıştır ve dünyanın en büyük tıp otoritelerince bu tedavinin etkinliği ve güvenilirliği kabul edilmiştir. Doğru şartlar altında uygun hastalara uygulandığında, Laser tedavisinin başarı oranı miyoplarda %95 hipermetroplarda %70 civarındadır. Laser operasyonları yaklaşık 20 yıldır dünyada milyonlarca insana başarıyla uygulanmış uygulanmaya devam edilmektedir…Excimer laser operasyonu zor mudur?Operasyon oldukça kolaydır. Yaklaşık her bir göz için 10 dakika gibi bir sürede bitmekte ve hastamızın gözüne herhangi bir bandaj uygulanmadan çıkıp yürüyerek evine gidebilmektedir. Göze herhangi bir iğne yapılmamakta, damla anestezi uygulanarak yapılmaktadır. Operasyon sırasında herhangi bir ağrı ve acı olmamaktadır…Göz değerlerim düşük laser olabilir miyim?Gözlük ihtiyacı hisseden ve gözlük kullanmak istemeyen her numaraya, göz yapısı uygunsa laser yapılabilir. Eğer bir kişi günlük hayatında rahat görebilmek için gözlük veya kontakt lense ihtiyaç duyuyorsa excimer laser operasyonu için bir adaydır.Astigmat laserle kaybolmuyor doğru mu?Laser tedavisi ile miyop ve hipermetroplar tedavi edilebildiği gibi aynı şekilde astigmat olan gözlere de bu tedavi başarılı bir şekilde uygulanabilmektedir…İlasik Teknolojisi İle Ağrısız, Acısız, Gözlüklerden Ve Lenslerden Güvenle Kurtulun!Neden İntralase Lasik?Dünyanın En Gelişmiş Göz Hastanelerinde Tercih Edilen Laser Yöntemi:Dünyaca ünlü hekimlerce tercih edilen ve sayılı göz hastanelerinde aktif olarak uygulanan İLASİK yöntemi Anadolu’da sadece Kayserigöz Hastanesi ile birlikte Türkiye’de belirli birkaç merkezde uygulanmaktadır.Nasa Ve Fda Onaylı Tek Laser!NASA ve Amerikan Ordusu, astronot ve hava kuvvetleri pilotlarının yalnızca İLASİK tedavisi olabilmesi için onay vermiştir. Ayrıca, intralase FDA (Amerikan Sağlık İdaresi) onaylı son teknoloji laser cihazı olma özelliğini taşımaktadır.Kusursuz Hassasiyet Ve Başarı!Bıçaksız laser teknolojisi sayesinde operasyon başlangıçtan sona kadar laser ile yapılır. Böylece operasyonda komplikasyonlar en aza indirgenir, Miyop hastaların %95’i, çalışmaya katılan tüm hastaları operasyon sonrası gözlüksüz ve kontak lenssiz geçebildi, Hafif ya da yüksek miyopik hastaların %95’i ve çalışmaya katılan tüm hastaların yaklaşık dörtte üçü gözlüksüz ve kontak lenssiz 10/10 ya da daha iyi görüşe sahip oldu, Hafif ya da yüksek miyopisi olan hastalar, tedaviden önceki gece görüşleri ile karşılaştırıldığında 4 kat daha fazla memnun kaldılar.Hasta Açısından En Güvenilir, En Konforlu Ve Mükemmel Görüş Sağlayan Yöntemdir.Daha net görüş elde edilir.İyileşme süresi çok daha kısadır.Kuru göz oluşma riski çok düşüktür…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu broşürde 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;

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 60 ıncı maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kayseri Özel Göz Sağlık Hizmetleri San. Tic. A. Ş. (Özel Kayseri Göz Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2015/1059**

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

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.twitter.com](http://www.twitter.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Kuruluşa ait twitter hesabının 14.6.2015 tarihli paylaşımında, *“Ray-Ban Wayfarer 3 farklı aynalı cam rengi ile Haziran ayı boyunca sadece Atasun Optik’te!Exclusive Ray-Ban Fash Lenses New Wayfarer’da yeni renkler Haziran’da sadece Atasun Optik’te! Ray-Ban Wayfarer RB2232 modelinin 3 farklı aynalı cam rengi (622/17:mavi; 622/19:yeşil; 622/69:turuncu) 1-30 Haziran 2015 tarihleri arasında sadece Atasun Optik’te satılacaktır.Haziran ayı boyunca, bu modelin 3 renk toplamı 1250 adet stok ile sınırlıdır.Atasun Optik hem uzman hem ekonomik”* ifadelerine yer verildiği, söz konusu ifadeler içerisinde yer alan "Haziran ayı boyunca/Haziran’da/1-30 Haziran 2015 tarihleri arasında **sadece Atasun Optik'te**" ifadeleri ile satışa sunulan ürünlerin Haziran ayı boyunca tüm Türkiye'de yalnızca Atasun Optik mağazalarında satışa sunulacağı, diğer optisyenlik müesseselerinde söz konusu ürünlerin satışa sunulmayacağı algısının oluşturulduğu; dolayısıyla, söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin ispata muhtaç olduğu tespit edilmiştir.

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

**19)**

**Dosya No: 2015/534**

**Şikayet Edilen:** **Ulta Güzellik Merkezi Koz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Solita Beauty ve Esthetics)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.solita.com.tr](http://www.solita.com.tr) adresli internet sitesinin 22.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Karbon Peeling, Kimyasal Peeling, Micro Peeling"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı;

- Ana sayfada; “*DAHA GENÇ VE DAHA GÜZEL OLMAK İÇİN...”,*

*-*Ekibimiz başlığı altında*; “Tansel Uzunyol yönetimindeki uzman estetisyen ekibimiz ve danışman hekimlerimizle siz danışanlarımıza her zaman en iyi hizmeti sunmaktan mutluluk duyarız…”,*

*-*Haberler başlığı altında; “*Güzellik sektöründe kullanılan son teknoloji cihazlarla donatılan Solita Beauty&Esthetics, şık bir açılış davetiyle hizmete girdi. Next Level Ofis binasının 4' üncü katında gerçekleştirilen açılış kokteylinin ev sahipliğini Solita' nın kurucusu Tansel Uzunyol yaptı…”,*

-Hakkımızda başlığı altında; “*Solita; 2014 yılında son teknolojik gelişmelerin ışığında geliştirilen ve tüm dünyada aynı anda piyasaya sunulan cihaz ve ürünlerle sizi rahatlatan, şımartan, mutluluk veren son derece huzurlu ortamı ve deneyimli uzman personeliyle Ankara'da hizmetinize sunuldu.Artık kadın olarak erkek olarak hepimiz güzelliğin, gençliğin yolunun bakımlı olmaktan geçtiğini biliyoruz. Solita; aldığınız yaşların sadece tatlı hatıralar olması, aynalarla sonsuz dostluklar kurmanız için en büyük destekçiniz. Bizim için en önemli konu danışanlarımızın sağlığıdır.Merkezimizde tüm işlemler deneyimli estetisyenler  tarafından uygulanmaktadır. Hijyen kurallarına son derece önem verilmektedir. Kullanılan cihaz ve ürünler uzman danışman hekimlerimiz tarafından titizlikle yaş, cilt tipi, sağlık verileri değerlendirilerek kişiye özel uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Çok kısa sürede danışanlarına sunduğu hizmet çeşitliliği sayesinde  hızla sektörün yön belirleyen bir markası olan Solita 'da   ameliyatsız yüz germe, oksijen terapili cilt yenileme bakımı, organik lifting, mezoterapi, maskeler, epilasyon, peeling, her cilt tipine göre ton dengeleme, fraksiyonel radyo frekans, roller uygulamaları, kol, bacak, karın sarkmaları, mimik çizgileri giderici işlemler başta olmak üzere güzellik ve estetikle ilgili birçok işlemler gerçekleştiriliyor. Merkezimizde  sağlığınızı kaybetmeden kısa sürede alınan sonuçlar, uzun vadede sizlere her zaman  mutluluk verir. Mutluluk ve güzelliğinizin her zaman sizinle olması dileğiyle,Sağlıklı günler dileriz…”* 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 **Ulta Güzellik Merkezi Koz. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Solita Beauty ve Esthetics)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2015/496**

**Şikayet Edilen:** **Semra ÖZCAN (Erguvan Güzellik)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** -Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"İğneli Epilasyon, Diode Lazer Epilasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

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

-“*Hakkımızda*” başlığı altında; “*Misyonumuz Günümüzde sağlık ; Benlik saygısı ve güçlenme olarak yeniden tanımlanmıştır. Bakımlı olmak, benlik saygısının temel dayanağıdır, insanlar bu hizmeti verenler ile bağlarını 1800’lü yıllarda kurmuşlardır ve günümüzde de bu bağ kuvvetlenerek artmaktadır. Bu bağlamda hizmetlerimizin sürekliliği vardır. Verdiğimiz hizmet insana özgüdür, güler yüzlü anlayışlı sabırlı ve pratik çözümler üretebiliyor olmak çok önemlidir…
Vizyonumuz. Ankara’da faaliyet gösteren güzellik salonları arasında örnek, lider, dinamik ve güvenilir bir güzellik salonu olarak Sağlık, Güzellik ve Estetik sektöründeki son teknolojik donanımları, titizliğimiz ve kişiye özel hizmetlerimizle birleştirerek, kendini sürekli geliştiren, kalıcı çözümler üreten bir işletme olmak ve beklentilerin üzerinde yaratıcı hizmetler sağlamaktır.”,*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 **Semra ÖZCAN (Erguvan Güzellik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2015/778**

**Şikayet Edilen:** **Kadir KÜTAHYA (Kavaklıdere Estetik Ve Güzellik Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [https://www.facebook.com/pages/Kavaklidere-Estetik-ve-G%C3%BCzellik/ 598483853602149?fref=ts](https://www.facebook.com/pages/Kavaklidere-Estetik-ve-G%C3%BCzellik/%20598483853602149?fref=ts) adresli internet sitesinin 16.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; "Leke Tedavisi" gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

-Hakkımızda başlığı altında; “*Uzmanlarımızın ellerine emanet olan bir güzelliğiniz var. Deneyimli kadromuzla Ankara’da güzelliğin adresini belirleyeceğiz…Son teknolojiyle donatılmış cihazlarımızın kurulumu tamamlandı…”ifadelerine yer verildiği, aynı adresli sayfada, doktor tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olarak “TANIŞMA SEANSIMIZA GELEN MÜŞTERİLERİMİZE TEK SEANS KOLTUKALTI EPİLASYON HEDİYEMİZDİR.”, “DERMAPEN ILE CİLT YENILEME NEDİR? Dermapen tek başına tıpkı peeling laser dermabrasyon gibi başlı başına etkin son derece kolay güvenli acısız bir yöntemdir. Dermapen ile kombine uygulamalar imkanı sayesinde ablatif olmayan, örneğin Fraksiyonel Lazer Tedavisi, IPL ve Kimyasal Peeling gibi tedavilerden daha efektif sonuçlara ulaşabiliriz. CERRAHİ OLMADAN GENCLESMENIN FAYDALARI;(…) Akne ve diğer lekelerin azalması ve hatta yok olması, Çatlak ve deri gevşemelerinin giderilmesi.*

*Çok hızlı iyileşme süreci, Lazerle soyulmuş cilt de uygulanabilme güvenilirliği, Her cilt tipinde ve her bölgede uygulanabilmesi, Kolajen dokunun gelişmesini sağlar. DERMAPEN NERELERE UYGULANIR? • Yüz • El • Boyun • Saç • Akne, Leke, çatlak, selülit ve vücutta doku kaybı olan bölgeler DERMAPEN FARKI NEDİR? Organizmanın tamirat mekanizmalarında en önemli rolü gerçekleştirir. Doku hasarı oluştuğunda Dermapen uygulandığında doku aktive olur ve birçok doku geliştirici faktörü ortama sağlarlar. Esas etkisi dokuları hızla onarmaktır.*” biçiminde talep yaratıcı tanıtımlar yapıldığı; ayrıca bu uygulamaya ilişkin hasta öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği,

- İlgili mevzuatta “Güzellik Merkezi” şeklinde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, bu nedenle anılan kuruluşun bu isimle tanıtım yapmasının 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 **Kadir KÜTAHYA (Kavaklıdere Estetik ve Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2015/491**

**Şikayet Edilen:** **Vildan YAVUZ (8 Mart Güzellik Salonu)**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.8martguzelliksalonu.com](http://www.8martguzelliksalonu.com) ve [www.grupanya.com](http://www.grupanya.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.8martguzelliksalonu.com](http://www.8martguzelliksalonu.com) adresli internet sitesinin 19.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *"Çatlak Tedavisi, Selülit Tedavisi, Dermaroller, Kimyasal Peeling,”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, anılan kuruluşun güzellik salonu olarak faaliyet göstermesi durumunda, bu tür işlemleri uygulamaya yetkili olmadığı,

-“*Hakkımızda*” başlığı altında; *“…8* *MART GÜZELLİK SALONUMUZ  en başta kalıcı makyaj, kimyasal peeling, çatlak tedavisi, kaş dizaynı, kalıcı oje  ve kıl tekniği kaş gibi güzelliğe dair her tür hizmeti sizlere sunmaktadır. KALICI MAKYAJ EĞİTİMİMİZ BİREBİR DEVAM ETMEKTEDİR…”* şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği*,*

*- “*Galeri” başlığı altında tıbbi işlemlerin uygulandığı hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği;

- [www.grupanya.com](http://www.grupanya.com) adresli internet sitesinde “kimyasal peeling”, “dermaroller” ve “kavitasyon” işlemlerine yönelik kuruluşunuza talep yaratıcı nitelikte tanıtımların yapıldığı, ayrıca bu işlemlere yönelik fiyatların da 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 **Vildan YAVUZ (8 Mart Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2014/746**

**Şikayet Edilen: Epimed Estetik Epilasyon Kozmetik Eğitim İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd.Şti. (Epimed Lazer Epilasyon)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.epimedlazer.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.05.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: **www.epimedlazer.com** adresli internet sitesinin **19.05.2014** tarihli görünümünde;

-Kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *“Epilasyon- Alexandrite, Diode, IPL, Botoks, Dolgu, Mezoterapi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı ve

-Kuruluşunuzun isminin; **“*Epimed Lazer Epilasyon*”** olarak belirtildiği, hangi alanda faaliyet gösterdiği (güzellik salonu, poliklinik, vs. kuruluşunuzun türü) konusunda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve bu ifadenin tüketiciler açısından yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

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

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

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

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/e, 7/a, 7/c, 13 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 **Epimed Estetik Epilasyon Kozmetik Eğitim İthalat İhracat San. ve Tic. Ltd.Şti. (Epimed Lazer Epilasyon)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 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.

**GIDA**

**24)**

**Dosya No: 2014/665**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Torku Bisküvi Ailesi”*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014 ve 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Muhtelif

**Tespitler:** *“Torku Bisküvi”* isimli ürüne ilişkin televizyon reklamlarının,

54 saniyelik uzun reklam versiyonunda;

*“Torku’nun paketini açtığınızda, toprağın bize sunduklarını özenle eken, biçen, gururla işleyen insanımızın en iyi dileklerini bulacaksınız. Torku bisküvi ailesi. Size de afiyet olsun”* ifadelerinin yanında ekranda beliren yazıda; *“Türkiye’de ilk, şekeri pancardan.” ve “Şekeri Pancardan, Glikoz Şurubu İçermez. ”*,

25 saniyelik reklam versiyonunda;

*“Torku’nun paketini açtığınızda, Türkiye’de ilk kez şekeri doğal pancardan gelen birbirinden özel lezzetleri bulacaksınız.”* ifadelerinin yanında ekranda beliren yazıda; *“Türkiye’de ilk, şekeri pancardan.” ve “Şekeri Pancardan, Glikoz Şurubu İçermez. ”*,

12 ve 13 saniyelik reklam versiyonlarında ise;

*“Torku bisküvi ailesi. Size de afiyet olsun”* ifadelerinin yanında ekranda beliren yazıda; *“Türkiye’de ilk, şekeri pancardan.” ve “Şekeri Pancardan, Glikoz Şurubu İçermez. ”*şeklinde ifadelere,

*“Torku Bisküvi”* isimli ürünlere ilişkin olarak muhtelif dergilerde yer alan ilanlarda; *“Türkiye’de ilk, şekeri pancardan. Glikoz Şurubu İçermez. Doğallık pakete girdi! Şekeri pancardan. Türkiye’nin ilk glikoz şurubu içermeyen, doğal şeker pancarından üretilen bisküvileri”* ifadelerinin,

*“Torku Bisküvi”* isimli ürünlere ilişkin ürün ambalajları üzerinde *“Şekeri Pancardan, Glikoz Şurubu İçermez. ”* ifadesi ile söz konusu ürünlere ilişkin etiket üzerinde yer alan ürün içeriği bilgisinde *“Pancar Şekeri”* ve *“İnvert Şeker (Pancar Şekeri Şurubu/Şerbeti)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Torku Bisküvi”* isimli ürüne ilişkin televizyon reklamlarının 25 saniyelik versiyonunda;

*“Torku’nun paketini açtığınızda, Türkiye’de ilk kez şekeri doğal pancardan gelen birbirinden özel lezzetleri bulacaksınız.”* ifadelerine,

*“Torku Bisküvi”* isimli ürünlere ilişkin olarak muhtelif dergilerde yer alan ilanlarda;

*“Türkiye’de ilk, şekeri pancardan. Glikoz Şurubu İçermez. Doğallık pakete girdi! Şekeri pancardan. Türkiye’nin ilk glikoz şurubu içermeyen, doğal şeker pancarından üretilen bisküvileri”* ifadelerine,

*“Torku Bisküvi”* isimli ürünlere ilişkin etiket üzerinde yer alan ürün içeriği bilgisinde *“Pancar Şekeri”* ve *“İnvert Şeker (Pancar Şekeri Şurubu/Şerbeti)”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu tanıtımlarda *“şekeri doğal pancardan”*, *“Doğallık pakete girdi!”* ve *“doğal şeker pancarından”* ifadeleri ile tanıtımı yapılan gıda ürünlerinde kullanılan pancar şekerinin “doğal” olduğunun vurgulandığı, ancak Türk Gıda Kodeksi Şeker Tebliği’nde sayılan şeker ve şeker türevleri arasında “doğal” veya “yapay” şeklinde bir sınıflandırma bulunmamasına rağmen “doğal” ifadesi ile gıda bileşenine atıfta bulunularak tanıtımı yapılan gıda maddesine üstünlük atfedilmesinin Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin *“Gıdanın etiketlenmesi; Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak, (…)yanıltıcı biçimde olamaz.”* şeklindeki 6/c maddesine aykırı olduğu,

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

 Açıklanan nedenlerle söz konusu reklamların,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**25)**

**Dosya No: 2014/1741**

**Şikayet Edilen: Tepe Kozmetik Paketleme ve Amb. San. Dış Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.jetfirsat.com**](http://www.jetfirsat.com) **adresli internet sitesinin 01.04.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda**, *“****JettPlus Performans Seti*** *– 1 adet 10’lu penis büyütücü, 1 adet 5’li performans arttırıcı, 1 adet geciktirici sprey, 1 adet bayanlara özel damla, 1 adet feromon parfüm. Sınırsız heyecan, bütün sorunlara tek çözüm. Cinsel isteksizlik ve soğukluk, cinsel tatminsizlik, erken boşalma sorunları, sebepli sebepsiz iktidarsızlık, sperm yetersizliği durumu, üreme sisteminin yetersizliği, penis küçüklüğü gibi sorunlara çözüm yoludur. Jettplus Damla Etkisi Tamamen İçinde yer alan bitkisel karışımların gücünden gelmektedir; bu karışımlar kadınsal hormonların çalışmasını artırarak hormonal sorunların giderilmesine yardımcı olmaktadır. Cinsel isteksizlik kadınlar/bayanlar arasında daha sık rastlanan bir durumdur. Yapılan istatistiklere göre Türkiye'de kadınların büyük bir oranı hayatlarının bir döneminde bu sorunu yaşamaktadır. Çoğu kadın menopoz ve perimenopozdan dolayı hormon düzeylerinde dengesizlik yaşadığından cinsel dürtülerinde azalma olur, yani libido azalması konusunda sorun yaşıyorlar. Jettplus Damla Bu sorunların çözülmesine yardımcı oluyor. JettPlus 1 saat sonra etki eder ve etkisi 3 gün boyunca devam eder. Sertleşme problemini sonsuza dek ortadan kaldırır. Cinsel isteksizlik ve iktidarsızlık problemlerine çözüm sunar. Sperm sayısını arttırır ve sperm kalitesini yükseltir. Erken boşalmayı önler. Partneriniz ile mükemmel anlar yaşamanızı sağlar. Karışımın kan basıncını düzenleyici, kalp kuvvetlendirici, kolesterol seviyesini düşürücü, merkezi sinir sistemini uyarıcı ve yorgunluğu giderici etkisi vardır. İştah açıcıdır. İdrar yolları ve testis tedavisinde etkilidir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.jetfirsat.com](http://www.jetfirsat.com) adresli internet sitesinin 01.04.2015 tarihli görünümünde **“JettPlus Performans Seti”** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünün insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tepe Kozmetik Paketleme ve Amb. San. Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2014/1857**

**Şikayet Edilen: Ali Osman GİDER**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cintopuistanbul.com](http://www.cintopuistanbul.com), [www.cintopu8li.com](http://www.cintopu8li.com) ve [www.markasifa.com](http://www.markasifa.com) adresli internet sitelerinde ***“Çin Topu”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [**www.cintopuistanbul.com**](http://www.cintopuistanbul.com) **adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda,** *“****Cin Topu Bitkisel Viagra*** *– Çin topu etkileri cinsel ilişki sayısında artış olmasını sağlamaktadır. Spermin kalitesi ve sayısında artış sağlayan çin topu, 8 li böylece doğurganlığı olumlu yönde etkilemektedir. Cinsel ilişkide olumsuz etki yaratan stres ve endişe gibi duyguların yok olmasına yardımcı olmaktadır…”;*[**www.cintopu8li.com**](http://www.cintopu8li.com) **adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda,** *“****Cin Topu 8’li Tablet*** *– Çin topu 8 li tablet, bitkisel afrodizyak olan ürünü, erkeklik ereksiyon gücünü veren, gücü artıran, ereksiyon süresini uzatmaktadır. Doğurganlık gücünü artırmaktadır. Tamamıyla bitkisel olan ve her hangi bir zararları yoktur. Tamamen bitkilerden yapılmış afrodizyak ürünüdür. Performans artırmaya yardımcıdır…”*; **yine firmaya ait** [**www.markasifa.com**](http://www.markasifa.com) **adresli internet sitesinin 23.01.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise**, *“****Cin Topu 8’li*** *– Gergedan boynuzu ve 40 Çin bitkisel Çin ilacını bir araya getirerek bulmuş olduğu, en kuvvetli erkeklik Erekt kuvveti veren, cinsel kuvveti arttıran, erekt süresini uzatan, cinsel birleşme sayısını arttıran, doğurganlık etkisi veren ve bunları sağlarken Afrodizyak macun yan etkileri olmayan tamamıyla bitkisel bir afrodizyaktır. Kullandıktan 60-90 dakika Sonra Erekt Kuvveti Vermektedir. Cinsel Kuvveti Olağan Üstü Arttırmaktadır. İktidarsızlığı Gidermektedir. Cinsel Birleşme Sayısını Arttırmaktadır. Doğurganlık Etkisi Sağlamaktadır. Sperm Sayısını Yükseltmektedir. Spermanın Kalitesini Yükseltmektedir. Cinsel Birleşmedeki Stresi, Korkuyu Ve Tedirginliği Çin Topu ile Yok Edeceksiniz. Erekt Süresini Uzatmaktadır. Cinsel İstek Arttırıcı Kuvvet Macunu Erkeğin Kendine Olan Güvenini Arttırmaktadır. Çiftler Arasındaki Cinsel Mutluluğu Maksimum Düzeye Çıkarmaktadır. Cinsel Birleşme Esnasında Kesinlikle Maksimum Kuvvet Vermektedir. İnsan Bünyesine Hiç bir Yan Etkileri ve zararları vermez…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**27)**

**Dosya No: 2015/442**

**Şikayet Edilen: Dinar Çay Sanayi – Ali Rıza USTA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait işletmede paketlenen ***“Çayyap Filiz, Çaypa Filiz, Çaysan Çay, Alem Çay, Alçay, Gerçek Gündoğdu”*** markalı çayların ambalajları üzerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün Ambalajı

**Tespitler**: Şahsa ait işletmede İstanbul İl Gıda, Tarım Hayvancılık Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen resmi denetimde, çay paketlemesinde kullanılan *“Çayyap Filiz, Çaypa Filiz, Çaysan Çay, Alem Çay, Alçay, Gerçek Gündoğdu”* markalı ürün ambalajlarının tespit edildiği, “Gerçek Gündoğdu” markalı çay paketleri üzerinde işletme bilgisi olarak “Gündoğdu Paz. Ltd. Şti.” firma ünvanı ile “Yeni Otogar Karşısı, Yeşilkent/SAMSUN” firma adresine yer verildiği, ambalaj üzerinde yer verilen üretici bilgilerinin denetlenen işletmeden farklı olması nedeni ile ürünlerin ihtiyati tedbir amacı ile yedd-i emine bırakıldığı belirlenmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Dinar Çay Sanayi – Ali Rıza USTA** adlı işletmede yapılan denetimlerde *“Çayyap Filiz, Çaypa Filiz, Çaysan Çay, Alem Çay, Alçay, Gerçek Gündoğdu”* gibi muhtelif markalara ait çay ambalajlarının tespit edildiği, “Gerçek Gündoğdu” markalı çay paketleri üzerinde işletme bilgisi olarak “Gündoğdu Paz. Ltd. Şti.” firma ünvanı ile “Yeni Otogar Karşısı, Yeşilkent/SAMSUN” firma adresine yer verildiği, işletmede üretilen ürünlere ait ambalajlar üzerinde farklı bir firmaya ait unvan ve adres bilgilerine yer verilmesinin tüketicileri aldatıcı/yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da,

- 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;

- 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, 11/1-a ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dinar Çay Sanayi – Ali Rıza USTA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2015/701**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Milyonlarca Pepsi Bedava – Doritos, Lays, Ruffles ve Çerezza Paketlerinde Pepsi Promosyonu”*** *ve* ***“Doritos, Lays, Ruffles ve Cheetos Paketlerinde Dondurma Lira Kuponları”***promosyon kampanyalarına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.05.2015 – 31.10.2015

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

**Tespitler**: Firma tarafından düzenlenen **“Milyonlarca Pepsi Bedava – Doritos, Lays, Ruffles ve Çerezza Paketlerinde Pepsi Promosyonu”** kampanyasına ilişkin reklamlarda cips paketlerinden çıkan kuponların kampanyaya katılan satış noktalarına teslimi karşılığında 1 adet kutu içeceğin tüketicilere ücretsiz olarak verileceği, **“Doritos, Lays, Ruffles ve Cheetos Paketlerinde Dondurma Lira Kuponları”** promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlarda ise yine cips paketlerinden çıkan ve parasal değere sahip kuponların kampanyaya katılan satış noktalarına teslimi ile istenilen dondurmanın ücretsiz olarak alınabileceği vaat edilmiş, anılan reklam filmlerinin ulusal televizyon kanallarında yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.** tarafından düzenlenen **“Milyonlarca Pepsi Bedava – Doritos, Lays, Ruffles ve Çerezza Paketlerinde Pepsi Promosyonu”** ve **“Doritos, Lays, Ruffles ve Cheetos Paketlerinde Dondurma Lira Kuponları”** promosyon kampanyalarına ilişkin reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadelerde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir durumun bulunmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2015/1134**

**Şikayet Edilen: Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Yeşil Kapak Kampanyası – 2 Kapak 1,5 TL Değerinde”* başlıklı** promosyon kampanyasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.05.2015 – 31.07.2015

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

**Tespitler**: Firma tarafından **“Yeşil Kapak Kampanyası – 2 Kapak 1,5 TL Değerinde”** kampanyasına ilişkin reklamlarda 2,5 LT Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Fanta ve Sprite PET şişelerinde bulunan yeşil kapaklardan iki tanesinin alışveriş yapılan satış noktasında 1,5 TL değerinde olacağı, “2 yeşil kapak getirin, tüm alışverişlerinizde 1,5 TL olarak kullanın” sloganlı kampanyanın 15 Mayıs – 31 Temmuz 2015 tarihleri arasında promosyon kampanyasına katılan satış noktalarında geçerli olacağı vaat edilmiş, anılan reklam filmlerinin ulusal televizyon kanallarında yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Coca-Cola Satış ve Dağıtım A.Ş.** tarafından düzenlenen **“Yeşil Kapak Kampanyası – 2 Kapak 1,5 TL Değerinde”** promosyon kampanyasına ilişkin reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadelerde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir durumun bulunmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2015/49**

**Şikayet Edilen: Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.nutraxin.com.tr](http://www.nutraxin.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Omega-3 Balık Yağı”, “Nutribaby Multivitamin*”** ve **“*Immunecold”***  isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.nutraxin.com.tr adresli internet sitesinin 27.02.2015 tarihli görünümünde;

*“****Nutribaby Immuncold****; Beta Glukan, ekinezya, ıhlamur, bal, vitamin C ve çinko ile geliştirilmiş sağlıklı yaşam için destek sağlayan şuruptur. Bağışıklık sistemi vücudun hastalıklara karşı dirençli olması için büyük önem taşır. Bağışıklık sistemi zayıflarsa hastalıklara yakalanma riski artar. Bu nedenle okul çağındaki ve sık hastalanan çocuklarda, mevsim geçişlerinde destek ürünler kullanılması tavsiye edilir.*

*BETA GLUKAN 1,3/1,6*

*•Beta-glukan, ekmek mayası hücre duvarından elde edilen çoklu bağ yapısında bir poliglukoz moleküldür.•Yapılan çalışmalarla bağışıklık sistemi üzerindeki uyarıcı etkileri kanıtlanmıştır.•Akyuvar hücrelerinin daha etkin ve hızlı savunma yapmasını sağlar. •Beta glukan 1,3/1,6 vücut direncini artırarak bağışıklık sistemini güçlendirir. •Enfeksiyonlara karşı savunmadan sorumlu makrofaj, nötrofil ve monosit gibi beyaz kan hücrelerini aktive eder.*

*…*

***Nutribaby Multivitamin şurup*** *çoklu vitamin ve minerali bir arada içeren çocuk gelişim şurubudur. Çocukluk dönemi, beslenme gereksinimlerine göre en fazla vitamin ve mineral eksikliğinin görüldüğü hassas bir dönemdir. Bu tür eksiklikler çocukların hem fiziksel hem de zihinsel gelişimini etkileyerek okul ve spor performanslarını düşürmektedir. Daha da önemlisi çocukluk döneminde eksik alınan besin ögeleri en erken şekilde takviye olarak alınmazsa ileriki dönemlerde kalıcı sağlık sorunları yaşanabilir, fiziksel ve zihinsel gelişim bozuklukları görülebilir. Bunun yanında gerekli ve yeterli vitamin mineral desteği alan çocukların IQ seviyelerinin arttığı gözlenmiştir. 11 Vitamin + 6 Mineral zengin içeriği ile çocukların büyüme ve gelişimini destekler…*

*Nutribaby sağlıklı çocuklar için geliştirilmiş besin takviyeleri serisidir. Çocukların sağlıklı gelişimi ve hastalıklardan koruması için normal beslenme ile alamadıkları besin bileşiklerini besin destekleri ile alması önerilmektedir. Nutribaby Omega 3 balık yağı içerdiği yüksek oranda Omega 3 yağ asitleri ( 367 mg EPA / 551 mg DHA) ile gelişme dönemindeki çocukların beyin gelişimi ile göz ve sinir sisteminin gelişimine yardımcı olur. Nutribaby Omega 3 balık yağı, yağda çözünen vitaminlerden A ve D vitaminlerinin önemli bir kaynağıdır.*

*…”* şeklindeifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispatamuhtaç ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir *“tıbbi ürün*” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda *“gıda takviyesi***”** kapsamında değil, *“beşeri tıbbi ürün”*veya*“ilaç”* kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, *“beşeri tıbbi ürün”* veya *“ilaç”* 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,

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

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

**31)**

**Dosya No: 2015/50**

**Şikayet Edilen: Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.nutribaby.com.tr](http://www.nutribaby.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Omega-3 Balık Yağı”, “Nutribaby Multivitamin*”** ve **“*Immunecold”*** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.nutribaby.com.tr adresli internet sitesinin 27.02.2015 tarihli görünümünde; *“Nutribaby saglıklı çocuk gelisimi için gelistirilmis besin takviyeleri serisidir. Saglıklı bir yasam için çocukluk döneminde beslenme çok önemlidir, bu dönemde alınan besin bilesikleri yasam boyu sağlık durumunu etkiler. Çocukların saglıklı gelisimi ve hastalıklardan korunması için normal beslenme ile alamadıkları besin bileşiklerini besin destekleri ile alması önerilmektedir. Nutribaby OMEGA-3 balık kokusu ve tadı içermeyen çocuklar için kullanımı kolay balık yagıdır; içerdigi yüksek EPA ve DHA ile çocukların beyin gelişimini destekler, göz sağlığını korur. Nutribaby IMMUNCOLD Beta Glukan, ekinezya, ıhlamur, çörek otu, dogal C vitamini ve çinko ile gelistirilmis sagıklı yasam için destek saglayan şuruptur”* şeklindeifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispatamuhtaç ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir *“tıbbi ürün*” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda *“gıda takviyesi***”** kapsamında değil, *“beşeri tıbbi ürün”*veya*“ilaç”* kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, *“beşeri tıbbi ürün”* veya *“ilaç”* 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,

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

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 **Biota Bitkisel İlaç ve Kozmetik Laboratuarları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2015/694**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fatblocktablet.net](http://www.fatblocktablet.net) adresli internet sitesinde yer alan ***“Fat Block”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.fatblocktablet.net](http://www.fatblocktablet.net) adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde; *“Sağlık Bakanlığı izinli Fat-Block ile aç kalmadan kilo verin. Dr. Aytuğ Kolankaya’nın tavsiyesini dinleyin. Fazla kiloları vermeye yardımcı Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın! Yağları kendine çeken formül. Prospektüsü olan zayıflama ürünü… Bitkisel gıda takviyesi değil medikal tıbbi cihazdır… Kayseri’den Ayfer Solum verdiği kilolar sayesinde istediği bedene düşmeyi başardı. Az yese de kilo aldığını dile getiren Ayfer Solum, giyecek kıyafet bulmakta zorlanıyordu. Şimdi ise istediği kıyafetleri giyebilmenin mutluluğunu yaşıyor. Peki, yağları vücudunuzdan atılmasını sağlayan Captoglicolipid nedir ve nasıl çalışır? Fatblock Sağlık Bakanlığı izni ile satışa sunulmuş benzersiz zayıflama ürünüdür. Gıdalarla alınan yağların emilmeden %40 kadarını atar. Bu sayede vücudunuz ilk başta bölgesel olarak fazla yağları yakmaya başlar. Fat-Block kullanıldığı süre boyunca ideal kilonuza ulaştıktan sonra daha çok zayıflamanızı da önler ve ideal kilonuzu kontrol etmenizi sağlar. Çift katmanlı double özelliği ile yüksek performans. Fat Block Captoglicolipid isimli özel bir etkin madde karışımı içeren Klas IIa bir tıbbi cihazdır. Son teknoloji çok katmanlı bu tablet chitosan ve askorbik asidi özel bir oranda içermektedir. Double (iki katlı) formu ile hem yağ tutucu hem de fiber özelliği kişilerin kilo verme sürecini kolaylaştırmaya yardımcıdır. İnceliğin formülünü keşfedin… Belçika Prodigest laboratuvarlarında test edilip onaylanmıştır… Yemeklerdeki yağları tutarak vücudunuzdaki yağları yakmanızı sağlar. Kan kolesterol seviyesini azaltır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 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, 9/4, 11/a, 16/3 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**33)**

**Dosya No: 2015/354**

**Şikâyet Edilen: Gülhatmi Bitkisel Ürünler Gıda ve Kozmetik İnşaat Pazarlama San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** *“Yurdum TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Golden Bal Boş Yok Kampanyası”*** başlıklı tele-alışveriş reklamları ile <http://goldenbal.com/> adresli internet sitesinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2014 ve 04.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet ve Yerel TV

**Tespitler:** Yurdum TV logolu televizyon kanalının 01.12.2014 tarihli yayımının 14.55.50-15.10.40 zaman dilimi aralığında; *“(Böyle Kampanya görülmedi! Boş Yok kampanyası…Çekiliş yok kura yok. Golden Bal Kampanyası)…*

***Yardımcı adam (Mami Yusuf):*** *Ekrem İncel bu ülkede gerçekten çok önemli bir insan. O doğru bir adam olduğu için ben onunla beraberim. Doğru bir insan olduğu için Allah’ın izniyle O’nda yanlış olmaz. O ne diyorsa Doğrudur!...*

***Ekrem İncel:*** *Bu yıl yeryüzünün bugüne kadar yapılmamış bir kampanyasını yapıyorum. Çekiliş yok kura yok. Biz bu yıl arıcılarımızla birebir çalıştık, onları tembihledik...ben bugün binlerce arıcıyı denetliyorum. Çünkü biz büyüdük, halkımıza yanlış yapmamamız gerekiyor, bugüne kadar yaptığımız gibi…En üst, en muhteşem kampanyayı gerçekleştireceğiz…Biz bugüne kadar Milli Piyango İdaresi’ne bağlı olarak bir çok çekiliş yaptık. Araba verdik, ev verdik, cep telefonları verdik, televizyonlar verdik…sonra dedik ki hiç kimseye çekiliş yapmadan Boş Yok! Kampanyasını sizlere takdim edeceğiz. Almış olduğunuz tüm balların yanında sizlere şöyle bir davetiye göndereceğiz. Ama davetiyemizin içinde çok gizli büyük hediyeler var. Herkese gidecek. (Arayan Herkese Muhteşem Hediyeler!)…Mami Yusuf sen şansına bir tanesini aç bakalım ne çıkacak…Ben de açayım bakalım ne çıkacak…*

***Mami Yusuf:*** *Çanakkale’de arsa!*

***Sunucu bayan:*** *Çeyrek Altın, Tablet Pc, O km otomobil (Son model Jeep)..Şans budur işte!*

***Ekrem İncel:*** *1 adet jeep veriyoruz.*

***Sunucu bayan:*** *Waowww…waowww…*

***Ekrem İncel:*** *Çekilişsiz kurasız, vergisi her şeyi ödenmiş..sizlere anahtarlarınızı teslim ediyoruz. Kardeşim al aracını hayırlı uğurlu olsun..Bundan daha iyi bir şey var mı?*

*(Patron çıldırdı..İşte asrın kampanyası “Boş YOK!” Son model jeep, dönüm dönüm arsalar, beyaz eşyalar, mobilyalar ve daha neler neler.)*

***Ekrem İncel:*** *Türkiye’nin yedi bölgesinde yaklaşık 20 adet arsa tapusu veriyoruz. Çanakkale’de, Tekirdağ’da, Lüleburgaz’da, Saroz’da, Çatalca’da, Adana’da, Mersin’de, Van’da veriyoruz. Hiçbir şekilde bir bedel ödemeksizin…Biz yapınca en iyisini yapıyoruz. Biz daha iyisini yapana kadar en iyisi budur diyoruz! Bakın bunun içerisinde şu da var...Mükemmel kol saatleri. Harika ve markalı! Ben gördüm harika bir şey..Bunun yanında bir çok hediye var hatta ne var biliyor musunuz, set var, çeyrek altın var, cumhuriyet altını var, beyaz eşya var, bir adet iphone 6 plus var, yaklaşık 10 adet iphone 6 var, yaklaşık 2000 adet cep telefonu var (akıllı telefonlar), daha bir sürü hediyeniz var…Size gelen kutunun içinden çıkan şifreyi bilgisayara girip kendine ait hediyeyi sorgulayabilirsiniz…Bak bana da hiç büyük hediye denk gelmiyor…7 gün 7 gece kış tatili! Git kardeşim, Yalova’da, Armutlu’da, Afyon’da böyle 7 gece termal…Bu kampanya YILIN EN MUHTEŞEM KAMPANYASIDIR…Dünyanın bal adamı size bu kampanyayı sunuyor…100TL DİYORUZ! Bakın 100 dolar, 250 dolar, 500 dolar söylemiyorum.. çünkü yıllarca insanları kandırdılar...Beğenmediğiniz taktirde 1 hafta demiyorum, paranız 1 ay içinde iade, Hatta balı bile geri göndermeyin, verin bir fakire, paranızı isteyin! Ekrem İncel’den isteyin. Ben firmanın hem bekçisiyim, hem sahibiyim, hem ekran yüzüyüm, hem babasıyım...bu bal benim bir yavrumdur, yavrumu çok seviyorum, ben tüketiyorum yiyorum sizler de yiyin…*

***Mami Yusuf:*** *Karadeniz ovalarından gelen balımızı anlatacağız…Balı alan herkes 100tl verecek, kilolarca bal gidecek, yanında da bu zarf mı gidecek?*

***Ekrem İncel:*** *Bu zarfları kavanozlardan bir tanesinin içine koyacağız. İçinde bal olmayacak, siz evinizde açacaksınız ama bu kavanozun etrafı şirinkli olacak, yani kargo firması dahi içinde ne olduğunu göremeyecek…Bu kampanyada ne var? 20 adet arsa tapusu var, 1 adet otomobil var, çamaşır makinası var, bulaşık makinası var, çeyiz seti var, koltuk takımı var, fırın var, çeyrek altınlar var, cep telefonları var, iphonelar var, ipadler var, iphone 6 pluslar var, HERŞEY VAR! Saatler var, tektaşlar var, HERŞEY VAR! Buradaki herşey sizin olabilir ve sizlerin yaptığı alışverişlerde boş yok!*

***Mami Yusuf:*** *Sevgili Ekrem abim, bugün kaç kilo bal vereceksin 100 TL’ye?*

***Ekrem İncel:*** *100TL karşılığında; 4 kavanoz süzme bal, bunun yanında sizlere içerisinde hediyenizi göndereceğimiz bir kavanoz da gönderdik, ne oldu, 5 kavanoz oldu, 3 kg da petek bal veriyoruz…Şu an itibariyle ekran üzerindeki numarayı arıyorsunuz! 4 kavanoz süzme bal size geliyor, analizi yapılmış, herşeyiyle 4\*4’lük bir bal, üzerinde Gıda,Tarım Bakanlığı’nın bize vermiş olduğu izlenebilirlik etiketi mevcut…Her firmada yok, bizde var! 3 kg da petek bal gönderiyoruz, herkes petek bal gönderemez!...Şu güzelliğe bak ya, şuna bak ya, bu balı alın ya, hiçbir şekilde hile yok! Hiçbir şekilde bir sahtekarlık yok…*

***Sunucu bayan:…****Gönlünüzden ne geliyorsa…Benim yüreğimde otomobil vardı bir açtım otomobil çıktı. Size de aynı şey olabilir…*

***Ekrem İncel:*** *Arayın ama yoğun arayın haa…*

*(Dünyada bir ilki gerçekleştiriyoruz…Bitmiyor golden balın hazırlamış olduğu bu büyük ödülü de kavanozun içine koyarak sizlere takdim ediyoruz. Bunun içerisinde artık şansınız doğrultusunda ya araba, ya arsa, ya cep telefonu, ya diz üstü bilgisayarı ya da ya da ya da ya da başka istediğiniz bir hediye sizin olabilir…Bence siz arayın siparişinizi verin, çünkü biz yapınca en iyisini yapıyoruz. Biz daha iyisini yapana kadar en iyisi budur diyoruz! Bizde boş yok!)”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer taraftan <http://goldenbal.com/> adresli internet sitesinin 04.03.2015 tarihli görünümünde; *“Bal gibi promosyon…Hem bala hem hediyelere doyacaksınız…Bu kampanyaya katılarak birbirinden değerli ödüllere sahip olacaksınız...Neler mi kazanacaksınız? 2014 model DACIA, Daire, Arsa, Buzdolabı, Çamaşır Makinası, Bulaşık Makinası, Cep telefonu, Saat ve yüzlerce çeyrek altın! Son günlerde tatsız haberlerle sarsılan Türkiye’nin bu kampanya ile ağzı tatlanacak!...Türkiye’de daha önce eşine benzerine rastlanmamış bir promosyon şuanda ortalığı kasıp kavuruyor. Golden Bal kalitesi hem vücudunuza iyi gelecek hem de yanındaki çılgın kampanyasıyla hediyelere doyacaksınız. Golden Bal’ı Türkiye’yle tanıştıran Türkiye’nin medya patronu Balderesi Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem İNCEL –Bizde boş yok- adlı kampanyasıyla bal satın alanların hepsine ayrı ayrı hediyeler gönderileceğini açıkladı. Ürününüzün içinden çıkan kampanya koduyla web sitesini ziyaret edin, kodu girin ve ne kazandığınıza bakın. Unutmayın, bu kampanyada boş yok!”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Yine <http://goldenbal.com/> adresli internet sitesinin 04.03.2015 tarihli görünümünde;*“Golden bal etkisi: Ailecek yiyebileceğiniz bu bal bin derde deva. Özellikle soğuk kış günlerinde vücut direncinizi arttırmaya, hastalıklara karşı bir kalkan oluşmasına yardımcı olur. Ayrıca çocuklarınızın büyümesine ve gelişmesine katkı sağlar. Özellikle tütün ürünleri kullananlar için sigaranın vücutta yarattığı olumsuz etkilerin azaltılmasını sağlar. Metabolizma değerlerini ideal seviyede tutan Goldenbal cinsel performansınızın artmasında da kritik bir rol oynar… Balın bitmeyen faydaları: öksürük, kabızlık, nezle, ağrı dindirici, kansızlığı giderir, damarları açar, romatizmal hastalıklarda haricen kullanmak hastayı kısa sürede iyileştirir, antibakteriyel özelliğinden dolayı içinde bakteri, mantar oluşmaz. Bir çok gıda içinde bozulmadan saklanabilir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Diğer yandan bahsi geçen ürünler için “Sağlık Bakanlığı onaylı!”, “ISO standartlarında üretim”, “GMP Sertifikalı”, “ENLS tarafından 2013 yılı organik ödülü” gibi ifade ve görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu yerel televizyonda yapılan tanıtımlar aracılığıyla muhtelif defalar sıklıkla aynı gün içerisinde aynı ifadelerin tekrarlandığı ve "Golden Bal Boş Yok Kampanyası"nın içeriğinde yer alan hediyelere ilişkin olarak tüketicileri yanıltıcı ifadelere yer verildiği,

İnternet sitesinde yer verilen ifadeler aracılığıyla; "Golden Bal Boş Yok Kampanyası"nın içeriğinde yer alan hediyelere ilişkin olarak tüketicileri yanıltıcı ifadelere yer verildiği,

Yine İnternet sitesinde yer verilen ifadeler aracılığıyla; tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle “gıda” niteliğindeki balın, insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürün ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda” 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, bir an için bala ait genel geçer bu iddiaların doğruluğu kabul edilse dahi sadece “golden Balın” bu etkiye sahip olduğu yönünde de tüketicilerin yanıltıldığı,

Son olarak bahsi geçen ürünler için “Sağlık Bakanlığı onaylı!”, “ISO standartlarında üretim”, “GMP Sertifikalı”, “ENLS tarafından 2013 yılı organik ödülü” gibi ilgili Bakanlık/Kurum/Kuruluşlardan alınmış üretim izni/belgesi ve/veya sertifikalar ve ödüllere ilişkin ifadelere ve görsellere yer verildiği, ve fakat bu hususların kanıtlanamadığı; bir an için kanıtlansa bile, bu durumun yalnızca üretim ya da ithal izni işlemlerine yönelik olduğu ve **söz** konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği ve tanıtım hususunda bunlara yer verilemeyeceği değerlendirilmiştir.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci maddesi,

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

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40 ve 42 nci maddeleri,

- 10/1/2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin7, 9, 15, 16, 29 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 13”,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Gülhatmi Bitkisel Ürünler Gıda ve Kozmetik İnşaat Pazarlama San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **55.055-TL(Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ/DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**34)**

**Dosya No: 2015/842**

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

**Şikâyet Edilen Reklam: “*Turuncu İndirim, IPhone 6 16GB 1899’ye varan indirimli fiyatlarla*”** başlıklı televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamda, *“Hattını Teknosa Mobile taşıyanlara Iphone 6 16GB 2299 TL yerine 1899 TL’ye varan fiyatlarla, üstelik peşin fiyatına 9 taksit”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede ürün stok adedinin 1000 adet olduğu bilgisinin reklamda okunaklı bir biçimde verildiği, kampanyadan yararlanmak için tüketicilerin hattını Teknosa mobil hattına taşımaları gerektiğinin dış ses tarafından belirtildiği, 9 taksit uygulamasının ING Bank tarafından sağlanan Teknokredi adlı ürünle gerçekleştirildiğinin ekrana yansıtılan patlangaç ile belirtildiği ve rahatça okunabilecek bir süre ekranda kaldığı, ayrıca krediye ilişkin taksit ve faiz maliyeti tablosunun ekrana getirildiği ve yeterli bir süre ekranda kaldığı, diğer taraftan reklamın altyazısında kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihlerinin belirtildiği, cep telefonu alımlarında kredi kartlarına taksit yapılamayacağının açıkça vurgulandığı, kampanya kapsamındaki ürünü indirimli almak üzere kazanılacak olan hediye çeklerinin hangi tarifelerle kazanılacağının belirtildiği ve tüketicilerin daha detaylı bilgi alabilmeleri için [www.teknosamobil.com](http://www.teknosamobil.com) adresli internet sitesine yönlendirildiği görülmüştür. Reklamda yer alan görsellerin, ifadelerin ve altyazının Yönetmelikte belirtilen esaslara uygun ve okunabilir olduğu, dolayısıyla reklamda tüketicileri yanıltıcı bir hususun bulunmadığı, bu nedenle söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/844**

**Şikâyet Edilen: Öz Şanal Züccaciye Day. Tük. Mal. San ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** Kampanya broşüründe yer alan ***“Asus Zenfone 5”*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2015-02.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Kampanya broşüründe Asus Zenfone 5 16GB (2GB RAM’e sahip versiyon) cep telefonunun 599,00 TL’den satışa sunulduğu şeklinde tanıtım yapıldığı, ancak tanıtımı yapılan ürünün gerçekte Asus Zenfone 8GB (1GB RAM’e sahip versiyon) olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam verene ait İzmir Hatay Nokta Mağazası tarafından yayınlanan kampanya broşüründe 30.04.2015 - 02.05.2015 tarihleri arasında Asus Zenfone 5 16GB (2GB RAM’e sahip versiyon) cep telefonunun 599,00 TL’den satışa sunulduğu şeklinde tanıtım yapıldığı, ancak tanıtımı yapılan ürünün gerçekte Asus Zenfone 8GB (1GB RAM’e sahip versiyon) olduğu, dolayısıyla 8GB hafızaya sahip ürünün hafızasının broşürde 16GB olarak belirtildiği ve böylelikle tüketicilerin yanıltıldığı, 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4 7/5/a maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Öz Şanal Züccaciye Day. Tük. Mal. San ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2015/919**

**Şikayet Edilen: BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Nisan 2015 dönemine ait broşürlerde yer alan ***“Şimdi kurutma makinelerinde kaçırılmayacak fırsat var. Tam %40 İndirim”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından yayınlanan Nisan 2015 dönemine ait broşürlerde, *“Şimdi kurutma makinelerinde kaçırılmayacak fırsat var. Tam %40 İndirim”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından yayınlanan Nisan 2015 dönemine ait broşürlerde, *“Şimdi kurutma makinelerinde kaçırılmayacak fırsat var. Tam %40 İndirim”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre; inceleme konusu reklamlarda; tarafından Nisan ayı içerisinde gerçekleştirilen kampanya kapsamında yayınlanan broşürlerde yapılan tanıtımlarda, Bosch markalı kurutma makinelerinin satın alınması halinde, %40 indirim uygulanacağı belirtilmesine rağmen; vaat edilen indirim miktarının uygulanmaması nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Dolayısıyla, anılan reklamların;

- 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; 14/1, 14/2, 14/3, 14/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında; 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş TürkLirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2014/1414**

**Şikayet Edilen: Yataş Yatak ve Yorgan San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Blue Star Classic Yatak Serisi”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03/02/2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“Blue Star Classic Yatak Serisi”*** isimli ürünün tanıtımına ilişkin yayınlanan reklamlarda “*Bonell Yay Sistemi ve yüksek yoğunluktaki sünger katmanları ile Blue Star bel, sırt, baş, boyun ve diz bölgenizi destekleyerek vücudun doğal omurga eğrisinin korunmasına yardımcı olur (…)****Yatak yüksekliği 27 cm’dir.****”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan reklamlarda tanıtımı yapılan ***“Blue Star Classic Yatak Serisi”*** adlı ürünün yüksekliğinin 27 cm olarak tanıtıldığı, ancak söz konusu verinin gerçeği yansıtmadığı, ayrıca anılan reklamlarda yer alan ispata muhtaç ifadelerin doğruluğunu destekleyen raporların tarafımıza sunulmadığı,

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5, 7, 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**38)**

**Dosya No: 2014/1773**

**Şikayet Edilen: Samsung Electronics İstanbul Paz. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Samsung Inverter Klima”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete (Posta Gazetesi Akdeniz Eki)

**Tespitler:** 19 Aralık 2014 tarihli Posta Gazetesi’nin Akdeniz ekinde yayınlanan ***“Samsung Inverter Klima”*** adlı ürüne ait reklamlarda ***“Her mevsimi bahar yapın. Üçgen tasarımlı yeni Inverter Samsung klimaları kışın alın. 4 mevsim evinizde bahar keyfini uygun fiyata yaşayın. 1399 TL’den başlayan fiyatlarla.”*** İfadelerine, dipnotta ise “*Kampanya, katılan satış noktalarında 31.12.2014 tarihine kadar geçerlidir. Tavsiye edilen satış fiyatıdır. Yukarıda yer alan klima görseli, Samsung AR12HSSFCWKNSK modeline aittir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 19 Aralık 2014 tarihli Posta Gazetesi’nin Akdeniz ekinde yayınlanan ***“Samsung Inverter Klima”*** adlı ürüne ait reklamlarda ürün fiyatının 1399 TL’den başladığının belirtildiği, ancak 1399 TL’lik fiyatın hiçbir bayi tarafından uygulanmadığı, dolayısıyla ilan edilen fiyatın yanıltıcı olduğu,

Diğer taraftan, anılan reklamlarda *“Kampanya, katılan satış noktalarında 31.12.2014 tarihine kadar geçerlidir. Tavsiye edilen satış fiyatıdır. Yukarıda yer alan klima görseli, Samsung AR12HSSFCWKNSK modeline aittir.”* şeklinde ifadelere yer verilen dipnot yazı boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu sebeple söz konusu dipnot yazısının okunabilirlikten uzak olduğu,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5 inci, ve 6 ncı maddeleri,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 7 nci, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Samsung Electronics İstanbul Paz. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.000-TL (Beşbin Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**39)**

**Dosya No: 2015/1105**

**Şikayet Edilen: Kadri Özbay Kuyumculuk Pet. Tur. İnş. Gıd. Taş. Or. Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti. (Kozan Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Kozan Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.kozanotel.com](http://www.kozanotel.com) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Kozan Hotel”* isimli tesisin, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinde “2 Yıldızlı Otel*”,* [www.kozanotel.com](http://www.kozanotel.com) adresli internet sitesinde ise “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Kozan Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinin 23.07.2015 tarihli görünümünde *“2 Yıldızlı Otel”*, [www.kozanotel.com](http://www.kozanotel.com) adresli internet sitesinin 23.07.2015 tarihli görünümünde “*3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kadri Özbay Kuyumculuk Pet. Tur. İnş. Gıd. Taş. Or. Ürünleri 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.

**40)**

**Dosya No: 2015/1108**

**Şikayet Edilen: Volkan Tur. İnş. Tic. A.Ş. (Club Hotel Falcon)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Club Hotel Falcon”*** isimli tesise ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****Club Hotel Falcon”* isimli tesisin, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Club Hotel Falcon”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 23.07.2015 tarihli görünümünde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**41)**

**Dosya No: 2015/1109**

**Şikayet Edilen: Gürtaş İnş. Tur. Tic. Ltd. Şti. (City Live Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“City Live Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****City Live Hotel”* isimli tesisin [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde “*4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“City Live Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 23.07.2015 tarihli görünümünde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2015/1102**

**Şikayet Edilen: Ahmet Arpağan KEMER (Olbia Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Olbia Otel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****Olbia Otel”* isimli tesisin [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Olbia Hotel”* isimli tesisin 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca iptal edilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 23.07.2015 tarihli görünümünde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**43)**

**Dosya No: 2015/1103**

**Şikayet Edilen: Behram Restorasyon İzol. Otel. Tur. Sey. İnş. Tic. Ltd. Şti. (Behram Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Behram Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“****Behram Hotel”* isimli tesisin [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Behram Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir işletme belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 23.07.2015 tarihli görünümünde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Behram Restorasyon İzol. Otel. Tur. Sey. İnş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2015/1110**

**Şikayet Edilen: ÖZ-BİL Kumaş. Teks. Otel Tur. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Bilem High Class Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Bilem High Class Otel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: “***Bilem High Class Hotel”* isimli tesisin, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde “*4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “***Bilem High Class Hotel”* isimli tesisin, 4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesinin Kültür ve Turizm Bakanlığınca iptal edilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 23.07.2015 tarihli görünümünde “*4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **ÖZ-BİL Kumaş. Teks. Otel Tur. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2015/914**

**Şikayet Edilen: MU-VU Otelcilik Tur. ve İnş. A.Ş. (Diapolis Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Diapolis Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2015, 02.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Diapolis Otel”* isimli turizm işletmesinin, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 02.04.2015 tarihli görünümünde ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitesinin 15.06.2015 tarihli görünümünde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Diapolis Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından *“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”* ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 02.04.2015 tarihli görünümünde ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitesinin 15.06.2015 tarihli görünümünde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**46)**

**Dosya No: 2015/1139**

**Şikayet Edilen: : Şilan Vefa İnş. Pet. Elek. Elektro. Tar. Tur. İhr. İth. San. Tic. Ltd. Şti. (Vefa Park Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Vefa Park Otel”*** isimli tesise ilişkin olarak [www.vefaparkotel.com](http://www.vefaparkotel.com) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.06.2015, 05.08.2015

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

**Tespitler:** *“Vefa Park Otel”* isimli tesisin, [www.vefaparkotel.com](http://www.vefaparkotel.com) adresli internet sitesinin 16.06.2015 ve 05.08.2015 tarihli görünümlerinde, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Vefa Park Otel”* isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca iptal edilmesine karşın, [www.vefaparkotel.com](http://www.vefaparkotel.com) adresli internet sitesinin 16.06.2015 ve 05.08.2015 tarihli görünümlerinde, tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şilan Vefa İnş. Pet. Elek. Elektro. Tar. Tur. İhr. İth. San. Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2015/1138**

**Şikayet Edilen: Şimşek Özel Eğitim İş Sağlığı ve Güvenliği Tur. Gıda İnş. Madencilik Taş. Paz. Site Yön. Dan. İç ve Dış. Tic. Ltd. Şti. (Sebile Hanım Konağı)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Sebile Hanım Konağı”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak [www.sebilehanımkonagi.com](http://www.sebilehanımkonağı.com) adresli internet sitesinde, tesise ait broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** *“Sebile Hanım Konağı”* isimli tesisin, [www.sebilehanimkonagi.com](http://www.sebilehanimkonagi.com) adresli internet sitesinin 05.08.2015 tarihli görünümünde, tesise ait broşür ve diğer basılı materyallerde *“Butik Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Sebile Hanım Konağı”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Butik Otel Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.sebilehanimkonagi.com](http://www.sebilehanimkonagi.com) adresli internet sitesinin 05.08.2015 tarihli görünümünde, tesise ait broşür ve diğer basılı materyallerde *“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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şimşek Özel Eğitim İş Sağlığı ve Güvenliği Tur. Gıda İnş. Madencilik Taş. Paz. Site Yön. Dan. İç ve Dış. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2015/394**

**Şikayet Edilen: Kuşadası Otel İşletmeleri Tur. İnş. Tic. A.Ş. (Yalova Palace)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Yalova Palace”*** isimli turizm işletmesine ilişkin olarak [www.yalovathermalpalace.com](http://www.yalovathermalpalace.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** *“Yalova Palace”* isimli tesisin [www.yalovathermalpalace.com](http://www.yalovathermalpalace.com) adresli internet sitesinde “*Termal Tesis”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“5 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”* ile belgelendirilmiş *“Yalova Palace”* isimli turizm işletmesinin termal tesis izni bulunmamasına karşın, [www.yalovathermalpalace.com](http://www.yalovathermalpalace.com) adresli internet sitesinin 28.04.2015 tarihli görünümünde ve tesise ait broşürlerde *“Termal Tesis”* 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 ve 29 uncu maddeleri,

-Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci 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 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**ENERJİ**

**49)**

**Dosya No: 2015/150**

**Şikayet Edilen: CLK Boğaziçi Elektrik Perakende Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** İkili anlaşmalara ek olarak gönderilen metinler ve konuyla ilgili broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2014 ve 12.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür ve sözleşme metinleri

**Tespitler**: CLK Akdeniz’e ait tüketicilere gönderilen belgenin (Ek-1) dördüncü maddesinde *“Şirketiniz tedarikçi değişikliği ve/veya çıkış talebini 1(bir) ay önce yazılı olarak bildirmesi ve yükümlülüklerini yerine getirmesi halinde, herhangi bir zamanda cezai bir yaptırım ile karşılaşmadan tek taraflı olarak protokolü sonlandırabilecektir. Elektrik Piyasası Dengeleme ve Uzlaştırma Yönetmeliği uyarınca tedarikçi değiştirme süreçleri uygulanacaktır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifadelerin; inceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte olan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**DİĞER**

**50)**

**Dosya No: 2015**/**89**

**Şikayet Edilen: Euro Danışmanlık**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.euro-danismanlik.com](http://www.euro-danismanlik.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar ve çeşitli cep telefonu kullanıcılarına gönderilen kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.02.2015, 15.12.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, SMS

**Tespitler:** [www.euro-danismanlik.com](http://www.euro-danismanlik.com) adresli internet sitesinin 02.02.2015 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda; *“ Ödeyemediğiniz Kredi Kartı Borçlarınızı 9 Ay Eşit taksitle Formalitesiz Anında En Düşük Vade Oranları İle Taksitlendiriyoruz. Türkiye’nin tüm şehirlerinden başvuru yapabilirsiniz. Hemen bizi arayın 0533 604 45 74-0216 330 99 09”; “Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme Danışmanınız EURO DANIŞMANLIK. Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme. Kredi Kartı Borcu Yapılandırma Danışmanınız Euro Danışmanlık. Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme hizmeti, uzun yıllardır mevcut olan bir sektördür. Sektöre güven ve yenilikler getirmek için kurulan Euro Danışmanlık ile kredi kartı borcu sorunlarınızı çok daha rahat ve güvenilir bir şekilde çözebilirsiniz. Euro Danışmanlık ile kart borcunuzu düşük oranlar ile taksitlendirme yaparak, bankaların uyguladığı çok yüksek faizlerden kurtulabilirsiniz. Sektördeki en düşük oranlar ile tüm borçlarınızı kapatabilir ve sorun yaşadığınız Kredi kartı borçlarınızdan Euro Danışmanlık sayesinde kolayca kurtulmuş olursunuz.”; “Kredi Kartı Borcu Problemi. Asgari Ödemeler Çözüm Değil. Kredi kartı alırken çoğumuz ödeme kolaylığı sağlaması ve hayatımızı kolaylaştırması için kart alırız. Eğer kredi kartımızı planlı bir şekilde kullanamazsak, kredi kartı borcu problemi ile yüzleşmek zorunda kalırız. Günümüzde birçok insan kredi kartı problemi ile karşılaşmış ve çözüm yolu olarak, asgari ödemeleri yaparak elinin rahatladığı zamanda bu borcu tamamen ödemeye çalışmayı seçmiştir. Fakat asgari tutarları ödeyerek kredi kartı borcunun tükenmediği aksine daha da büyüdüğünü görecek ve bu yöntem ile bu probleminizden kurtulmanın mümkün olmadığını anlayacaksınız. Peki bu yöntem dene başarılı olmayacaktır? Bir örnek ile açıklamamız gerekirse, örneğin 2.000 TL borcu olan bir kişinin asgari ödemesi 440 TL ile 500 TL arasında olacaktır. Bu asgari ödemeyi yaptığı takdirde borcu, 440 TL öderse 1.560 TL kalacaktır. Eğer hiç alışveriş yapmadığını varsayarsak bu borç karşısına faizi ile birlikte 1.630TL ile 1.650 TL arasında çıkacaktır. En kötü ihtimalle 50 TL de alışveriş yaptığınızda yeni ekstreniz 1.700 TL olarak gelecektir. Bu tablo her zaman bu şekilde devam edeceğinden, ödemiş olduğunuz asgari tutarların borcunuzu eksiltmediğini yalnızca faizlere gittiğini göreceksiniz. Bundan dolayı kredi kartı borcu olanlar için özel olarak belirlediğimiz oranlar ile eşit taksitlere bölerek bu probleminizden kolay bir şekilde kurtulabilirsiniz. Ödemelerinizi ise yine bankanıza kredi kartınızla yapacaksınız. Bu şekilde bitmek bilmeyen borcunuzun yerine, planlı bir şekilde ödenen borç kalacaktır. “, “Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme Yapılandırma. Kredi Kartı Borcundan Kurtulmanın En Kolay Yolu. Kredi kartı borcunuzu taksitlendirerek, hayatınızı ekonomik yönden düzene koyabilirsiniz. Kredi kartı borcu taksitlendirme, size bu fırsatı çok az bir komisyon karşılığında sunmaktadır ve yapılan işlem tamamen banka onayı ile yasal bir şekilde gerçekleşmektedir. Eğer bir an önce kart borcunuzu taksitlendirmezseniz, borcunuzun asgari tutarını ödemek size zarardan başka hiçbir şey kazandırmayacaktır. Çünkü asgari tutarı ödeyen bir kişi ile taksitlendirme yapan kişinin borçlarını bir yıl içerisinde sıfırladıklarında, asgari ödeyen kişi taksitlendirme yapan kişiden en az 6 kat daha fazla fark öder.”; “(…)kredi kartınızın borcunu taksitlendirme yaparak hayatımızı tekrar kolaylaştırıp yeniden ekonomik yönden düzene koyabiliriz. Kredi kartı borcu taksitlendirme bize bu imkânı çok az bir komisyon karşılığında sunmaktadır ve yapılan işlem tamamen banka onayı ile yasal bir işlemdir. Eğer biz taksitlendirme yapmayacak olursak borcumuzun asgarisini ödemek bize zarardan başka hiçbir şey kazandırmayacaktır. Çünkü asgari ödeyen bir kişi ile taksitlendirme yapan kişinin borçlarını bir yıl içerisinde sıfırladıklarında asgari ödeyen kişi taksitlendirme yapan kişiden en az 6 kat daha fazla fark öder.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; firma tarafından, çeşitli cep telefonu kullanıcılarına *“Kredi kartı borcunuza kampanya* [*www.euro-danismanlik.com*](http://www.euro-danismanlik.com) *kartlarınıza %9.98 ile 9 taksit imkanı faydalanmak için 02126397459 02163309909 05333330283”* içerikli kısa mesajlar gönderildiği;

Tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.euro-danismanlik.com adresli internet sitesinin 02.02.2015 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda; *“ Ödeyemediğiniz Kredi Kartı Borçlarınızı 9 Ay Eşit taksitle Formalitesiz Anında En Düşük Vade Oranları İle Taksitlendiriyoruz. Türkiye’nin tüm şehirlerinden başvuru yapabilirsiniz. Hemen bizi arayın 0533 604 45 74-0216 330 99 09”; “Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme Danışmanınız EURO DANIŞMANLIK. Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme. Kredi Kartı Borcu Yapılandırma Danışmanınız Euro Danışmanlık. Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme hizmeti, uzun yıllardır mevcut olan bir sektördür. Sektöre güven ve yenilikler getirmek için kurulan Euro Danışmanlık ile kredi kartı borcu sorunlarınızı çok daha rahat ve güvenilir bir şekilde çözebilirsiniz. Euro Danışmanlık ile kart borcunuzu düşük oranlar ile taksitlendirme yaparak, bankaların uyguladığı çok yüksek faizlerden kurtulabilirsiniz. Sektördeki en düşük oranlar ile tüm borçlarınızı kapatabilir ve sorun yaşadığınız Kredi kartı borçlarınızdan Euro Danışmanlık sayesinde kolayca kurtulmuş olursunuz.”; “Kredi Kartı Borcu Problemi. Asgari Ödemeler Çözüm Değil. Kredi kartı alırken çoğumuz ödeme kolaylığı sağlaması ve hayatımızı kolaylaştırması için kart alırız. Eğer kredi kartımızı planlı bir şekilde kullanamazsak, kredi kartı borcu problemi ile yüzleşmek zorunda kalırız. Günümüzde birçok insan kredi kartı problemi ile karşılaşmış ve çözüm yolu olarak, asgari ödemeleri yaparak elinin rahatladığı zamanda bu borcu tamamen ödemeye çalışmayı seçmiştir. Fakat asgari tutarları ödeyerek kredi kartı borcunun tükenmediği aksine daha da büyüdüğünü görecek ve bu yöntem ile bu probleminizden kurtulmanın mümkün olmadığını anlayacaksınız. Peki bu yöntem dene başarılı olmayacaktır? Bir örnek ile açıklamamız gerekirse, örneğin 2.000 TL borcu olan bir kişinin asgari ödemesi 440 TL ile 500 TL arasında olacaktır. Bu asgari ödemeyi yaptığı takdirde borcu, 440 TL öderse 1.560 TL kalacaktır. Eğer hiç alışveriş yapmadığını varsayarsak bu borç karşısına faizi ile birlikte 1.630TL ile 1.650 TL arasında çıkacaktır. En kötü ihtimalle 50 TL de alışveriş yaptığınızda yeni ekstreniz 1.700 TL olarak gelecektir. Bu tablo her zaman bu şekilde devam edeceğinden, ödemiş olduğunuz asgari tutarların borcunuzu eksiltmediğini yalnızca faizlere gittiğini göreceksiniz. Bundan dolayı kredi kartı borcu olanlar için özel olarak belirlediğimiz oranlar ile eşit taksitlere bölerek bu probleminizden kolay bir şekilde kurtulabilirsiniz. Ödemelerinizi ise yine bankanıza kredi kartınızla yapacaksınız. Bu şekilde bitmek bilmeyen borcunuzun yerine, planlı bir şekilde ödenen borç kalacaktır. “, “Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme Yapılandırma. Kredi Kartı Borcundan Kurtulmanın En Kolay Yolu. Kredi kartı borcunuzu taksitlendirerek, hayatınızı ekonomik yönden düzene koyabilirsiniz. Kredi kartı borcu taksitlendirme, size bu fırsatı çok az bir komisyon karşılığında sunmaktadır ve yapılan işlem tamamen banka onayı ile yasal bir şekilde gerçekleşmektedir. Eğer bir an önce kart borcunuzu taksitlendirmezseniz, borcunuzun asgari tutarını ödemek size zarardan başka hiçbir şey kazandırmayacaktır. Çünkü asgari tutarı ödeyen bir kişi ile taksitlendirme yapan kişinin borçlarını bir yıl içerisinde sıfırladıklarında, asgari ödeyen kişi taksitlendirme yapan kişiden en az 6 kat daha fazla fark öder.”; “(…)kredi kartınızın borcunu taksitlendirme yaparak hayatımızı tekrar kolaylaştırıp yeniden ekonomik yönden düzene koyabiliriz. Kredi kartı borcu taksitlendirme bize bu imkânı çok az bir komisyon karşılığında sunmaktadır ve yapılan işlem tamamen banka onayı ile yasal bir işlemdir. Eğer biz taksitlendirme yapmayacak olursak borcumuzun asgarisini ödemek bize zarardan başka hiçbir şey kazandırmayacaktır. Çünkü asgari ödeyen bir kişi ile taksitlendirme yapan kişinin borçlarını bir yıl içerisinde sıfırladıklarında asgari ödeyen kişi taksitlendirme yapan kişiden en az 6 kat daha fazla fark öder.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; adı geçen firma tarafından, 15.12.2014 tarihinde, çeşitli cep telefonu kullanıcılarına *“Kredi kartı borcunuza kampanya* [*www.euro-danismanlik.com*](http://www.euro-danismanlik.com) *kartlarınıza %9.98 ile 9 taksit imkanı faydalanmak için 02126397459 02163309909 05333330283”* içerikli kısa mesajlar gönderildiği;

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;

- 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**51)**

**Dosya No: 2014**/**1826**

**Şikayet Edilen: Net Tek Teknoloji Pazarlama Ticaret Limited Şirketi (Bilgial Danışmanlık)**

**Şikayet Edilen Reklam:** 0532 755 4441, 0532 755 0304 ve 0532 755 6606 numaralı telefon hatlarından tüketicilerin aranması suretiyle yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014-2015

**Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** Bilgial Danışmanlık isimli kuruluş adı ile (0532) 7556606, (0532) 7554441, (0532) 7550304 ve diğer numaralı telefon hatları aracılığı ile yapılan tanıtımlarda, bankalar tarafından alınan yıllık kredi kartı aidatlarının geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmeti sunulduğu izleniminin uyandırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilgial Danışmanlık isimli kuruluş adı ile (0532) 7556606, (0532) 7554441, (0532) 7550304 ve diğer numaralı telefon hatları aracılığı ile yapılan tanıtımlarda, bankalar tarafından alınan yıllık kredi kartı aidatlarının geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmeti sunulduğu izleniminin uyandırıldığı ve bu amaçla kredi kartı bilgilerinin kullanılarak tüketicilerden ücret tahsil edilmesine rağmen; vaat edilen hizmetin yerine getirilmediği;

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 tanıtımlar ile firmanız tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi kartı aidatı, masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğunun iddia edildiği;

Ayrıca, 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; tüketicilerin ücretsiz olarak söz konusu hak arama yollarına başvurabildiği göz önüne alındığında, mevcut yasal hakları konusunda yanlış bilgilendirildiği; 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Net Tek Teknoloji Pazarlama Ticaret Limited Şirketi (Bilgial Danışmanlık)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2015/445**

**Şikayet Edilen: Zizigo İnternet Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait internet sitesinde şikayet konusu kampanyaya ilişkin tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Zizigo İnternet Hizmetleri ve Ticaret A.Ş. tarafından gerçekleştirilen tanıtımlar değerlendirilmiş olup, Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2015/1091**

**Şikayet Edilen: Migros Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağazaların et reyonlarında ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı, mağaza reyonu

**Tespitler:** Firmaya ait mağazaların et reyonlarında ve ürün ambalajlarında yer alan tanıtımlarda; *“Uzman Kasap”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Migros Ticaret A.Ş. tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda yer verilen ***“Uzman Kasap”*** ifadesi değerlendirilmiş olup, ilgili ifadenin reklamlarda kullanılmasının herhangi bir mevzuata aykırılık teşkil etmediği, bununla birlikte firma personeli kasap ve şarkütörlere, “uzman” ifadesinin kullanımı için yeterli olacak ölçüde mesleki eğitimlerin verildiği, dolayısıyla söz konusu ifadenin kullanılmasında tüketicileri aldatıcı bir unsur bulunmadığı, ayrıca ilgili ifadenin marka tescilinin yapılmış olduğu, dolayısıyla ilgili tanıtımlarda Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2015/1140**

**Şikayet Edilen: Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Tüm Hijyenik Ped ve Tamponlarda %40 İndirim”***ifadelerine yer verilen tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, Katalog

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda; “*Tüm Hijyenik Ped ve Tamponlarda %40 İndirim”* ifadelerine yer verildiği, ancak tüketicinin bu kapsam dahilinde satın almış olduğu ürün için söz konusu indirimin gerçekleştirilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda, *“Tüm Hijyenik Ped ve Tamponlarda %40 İndirim”* ifadelerine yer verilerek tüm ürünlerde %40 indirim yapılacağı iddiasında bulunulmasına karşın, ilgili kampanyaya ilişkin altyazı ve dipnotlarda “*Katalog ürünleri dahil değildir.”* ifadesine yer verildiği ve bu durumun inceleme konusu tanıtım mesajında yer alan *“****Tüm*** *Hijyenik Ped ve Tamponlarda %40 İndirim”* ana vaadi ile çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 9/4, 18/6 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2015/387**

**Şikâyet Edilen: A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Anılan firmaya ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu broşürlerde yer alan "FIRSAT ÜRÜNLERİ" başlıklı bazı çok düşük fiyatlı ürünlerde stok adedi belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından haftalık olarak hazırlanan insert broşür ve reklam çalışmalarından 05.03.2015 tarihli broşür kapsamında satışa sunulan "FIRSAT ÜRÜNLERİ" başlıklı bazı çok düşük fiyatlı ürünlerde stok adedi belirtilmeyerek tüketicilerin yanıltıldığı, diğer benzer firmalar açısından da haksız rekabete yol açıldığı; anılan tarihli broşürde de, stok adedi belirtilmeyen “H1 Level” marka USB bellek tüketicinin tüm talebine rağmen bahsi geçen firmanın hiçbir şubesinden temin edilemediği anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- 10/1/2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin7, 9, 13, 29 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 5”,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 ve 62 nci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2015/798**

**Şikâyet Edilen: Hızlı Saat Toptan ve Perakende Saat Satışı**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.hizlisaat.com](http://www.hizlisaat.com) adresli internet sitesinde ***“Timex”*** erkek kol saatlerineilişkin olarak yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 20.04.2015 tarihli görünümünde; 799 TL’lik **Timex T49868 erkek kol saatlerinin** %90-95 oranında indirimlerle ve en ucuz fiyat vaadiyle 31.96 TL’lik fiyata satıldığına ilişkin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu mecrada yapılan tanıtımlar aracılığıyla; 799 TL’lik **Timex T49868 erkek kol saatlerinin** %90-95 oranında indirimlerle ve en ucuz fiyat vaadiyle 31.96 TL’lik fiyata satıldığına ilişkin reklam ve tanıtımının yapıldığı, ve fakat tüketicinin bu fiyat üzerinden ürünü almasına rağmen, telefonda kendisine bu ürünü bu fiyata alamayacağı beyanında bulunulduğu, ve ödediği paranın kendisine iade edilerek ürünün gönderilmediği; tüm bu hususlar değerlendirildiğinde tüketicilerin anılan reklamlar aracılığıyla yanıltıldığı ve aldatıldığı anlaşılmaktadır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- 10/1/2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin7, 9, 13, 14, 29 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 5 ve 6”,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Hızlı Saat Toptan ve Perakende Saat Satışı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.