**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 13 Ekim 2015

**Toplantı Sayısı :** 241

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/910**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Dolu Dolu İnternet”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.05.2015-12.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV,İnternet

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda yayınlanan ***“Dolu Dolu İnternet”*** başlıklıreklamlarda ana vaat olarak; ***“Dizinin bir bölümünü mü kaçırdın hiç dert değil. Anında bas izle. Hem de ne bir bölümü istersen bir sezonu kaçır hiç dert değil.(…) Yayıl koltuğa dev ekranda koca bir sezonu tık diye izle. (…)İstersen kapan hafta sonu 2 sezon izle. 2 sezon 2 sen hangi internetten bahsediyosun? Evdeki internetten TTNET’ten.(…)Siz de gelin TTNET’e yüksek hızlı ve bol kullanımlı internet keyfiyle tanışın. Üstelik şimdi TTNET limitsiz fiber internet Tivibu’yla ayda 49,90 TL. TTNET dolu dolu internet.”*** ifadelerine ve ***“Yeni bir albüm mü çıktı mesela, anında dinliyorum. Mesela bir şarkıcının bir şarkısını beğendim diyelim bütün albümlerini indiriyorum. Sadece albümleri değil konserleri, klipleri ne varsa izliyorum. Konser, klip hepsi? Evet hem de bir basıyorum şıp diye hazır. Şıp diye sen hangi internetten bahsediyosun? Evdeki internetten, TTNET’ten. .(…)Siz de gelin TTNET’e yüksek hızlı ve bol kullanımlı internet keyfiyle tanışın. Üstelik şimdi TTNET limitsiz fiber internet Tivibu’yla ayda 49,90 TL.TTNET dolu dolu internet.”*** ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif mecralarda yayınlanan ***“Dolu Dolu İnternet”*** başlıklı reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2014/1796**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Üç Taşıyıcılı İnternet Teknolojisi”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2014-27.01.2015

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

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda 25.12.2014-27.01.2015 tarihlerinde yayınlanan ***“Üç******Taşıyıcılı İnternet Teknolojisi”***başlıklı reklamların ana vaadinde; ***“İstediğin zaman akıllı telefonundan internete rahat rahat bağlanmak iyi... İhtiyaç duyduğunda internete hızla bağlanmak daha iyi… Turkcell’le dünyanın en hızlı 3G teknolojisini kullanarak internete bağlanmak çok daha iyi… Dünyanın en hızlı 3G’sini sunan üç taşıyıcılı internet teknolojisi ilk kez ve sadece Turkcell’le, Türkiye’de.”*** ifadelerine, durağan yazıda ***“Üç Taşıyıcılı İnternet teknolojisini destekleyen Turkcell T50 pek yakında Turkcell’de”*** ifadelerine ve altyazıda *“Üç taşıyıcılı internet teknolojisi aynı anda üç farklı taşıyıcının kullanılmasıyla 63.3 Mbps’e varan hızlarla veri indirme imkanı sunmaktadır. Kullanıcının bu hizmetten faydalanabilmesi için üç taşıyıcı destekleyen 3G baz istasyonlarından servis alınmalı ve destekleyen cihaz kullanılmalıdır. Bu cihazlar tek taşıyıcılı (21.1 Mbps) cihazlara göre üç kata kadar daha yüksek internet hız sağlayabilmektedir. Bu teknolojiyi destekleyen Turkcell T50 model cihazlar pek yakında Turkcell İletişim Merkezleri’nde satışa sunulacaktır.* *Turkcell 3G şebekesi 81 ilde belirli baz istasyonuna, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna ve baz istasyonunun uzaklığına göre değişim gösterebilir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan üç taşıyıcılı 3. Nesil internet teknolojisini, reklamın yayınlandığı dönemde bir başka operatörün altyapısında bulunuyor olsa da tüketicilerin kullanımına sunan ve tanıtımını yapan ilk ve tek operatörün Turkcell olduğu, reklamlarda tanıtımı yapılan teknolojinin 81 ilde belirli baz istasyonlarında, bu teknolojiyi destekleyen telefonlarda ve reklamın ana vaadinde yer verilen ifadeler ile yakında kullanma imkanı olacağının belirtildiği, henüz deneyimlenemeyen ancak yakın zamanda tüketiciler tarafından kullanabileceği belirtilen bir teknolojinin özellikleri hakkında tanıtım yapılmasının mevzuata aykırılık teşkil etmediği, reklamın ana vaadinde yer alan ifadeler ile tanıtımı yapılan teknolojinin genel bir özelliğinden bahsedildiği ve herhangi bir firma ile karşılaştırma yapılmadığı, ayrıca reklamlarda yer verilen çocuğun, cep telefonunu ebeveyninin kontrolünde kullandığı ve reklamların bu anlamda herhangi bir özendirici nitelik taşımadığı 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.

**3)**

**Dosya No: 2015/11**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“En Hızlı 3G Vodafone’da”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.12.2014-31.01.2015

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

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda 31.12.2014-31.01.2015 tarihlerinde yayınlanan ***“En Hızlı 3G Vodafone’da”***başlıklı reklamların ana vaadinde; ***“Hızlı internet var… Daha hızlı internet var… Ama Vodafone’da çoooook daha hızlı internet var. Sadece biz demiyoruz, bağımsız kuruluşlar da test etti. Onayladı. Üstelik Türkiye’nin 81 ilinde 3 taşıyıcılı internet Vodafone’la hizmetinizde… Şimdi siz de gelin Vodafone’un hızını deneyin… Hızımıza o kadar güveniyoruz ki memnun kalmazsanız paranız iade ”*** ifadelerine, durağan yazıda ***“İstanbul, Ankara, İzmir’de yapılan testlere göre. 3 taşıyıcılı internet teknolojisi, destekleyen cihazlarda geçerlidir. Numarasını ilk defa Vodafone’a taşıyanlar katılabilir. İade, bir hat için maksimum 150 TL, üç hat için maksimum 300 TL fatura indirimiyle gerçekleşir. Abonelik vergileri ve harçları abone tarafından ödenir. (…)*** ***En hızlı mobil internet. Akıllı Kapsama Teknolojisi 3G. 3 Taşıyıcılı İnternet. Paranız iade.”*** ifadelerine ve altyazıda *“Test, bağımsız kuruluşça data indirme ve yükleme hızına göre yapılmıştır. 3G hızı, kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaz ve bağlanılan siteye göre değişebilir. 3 taşıyıcılı internet teknolojisi, destekleyen cihazlarda geçerlidir. İade için abonelerin taşımadan itibaren 30 gün içinde (30. gün dahil) Müşteri Hizmetleri’ne memnun olmadıklarını belirtmeleri ve müteakip 6 günde (şikayet günü dahil) numaralarını taşımaları gerekmektedir. İade, maksimum indirim tutarlarını aşmamak koşuluyla yurtiçi ses, SMS, internet, faturalı tarifelerin aylık sabit ücret tutarları içindir. İlk fatura ertelenerek, kampanya dahilinde olmayan hizmet bedelleri ve vergiler ikinci faturaya eklenecektir. Ticari kulanım, 3. şahıslara trafik taşımak, FCT/şirket santrallerinde toplu kullanımlar gibi uygunsuz ve ticari kullanımlarda iade yapılmaz. Kampanya süresinde faturasız tarifeye geçilirse, numara değiştirilirse, taahhütlü tarifelere geçilirse yararlanılamaz”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“En Hızlı 3G Vodafone’da”*** başlıklı reklamların ana vaadinde yer verilen ***“…Türkiye’nin 81 ilinde 3 taşıyıcılı internet Vodafone’la hizmetinizde”*** şeklindeki ifade ile tüketiciler nezdinde söz konusu teknolojinin her yerde geçerli olduğu algısı oluşturulması ve önemli bir bilgi olan anılan teknolojinin belirli yerlerde kullanılabileceği hususunun reklamlarda belirtilmemesi nedenleriyle bahse konu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2015/1069**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Arkadaşını Getir Kampanyası”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Açık hava, internet

**Tespitler:** Firmaya ait www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ***“Arkadaşını Getir Kampanyası”*** başlıklı reklamların *“Esaslar”* kısmında; *“(…) Kampanya kapsamında yurt içi Vodafone’lularla 3000 dakika veya yurt içinde geçerli 3GB internet hediyesi kazanılacaktır. (…) Hediyeler tarife içeriğinden önce kullandırılacaktır; hediye dakikaların ücretlendirme periyodu 60 saniye, internetin ise 1KB’dır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamlarda numara taşıma kampanyasına ilişkin olarak hediye internetin öncelikli kullandırılacağı hususunun firmaya ait internet sitesi ve açık hava tanıtımlarında belirtildiği dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı kanaatine varılarak anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**5)**

**Dosya No: 2015/1227**

**Şikayet Edilen: Rtv 58 Radyo Televizyon İletişim Sistemleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kanal 58”* logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Sivas’ta Ramazan”*** isimli programda *“Serkan Optik”* isimli müessesenin örtülü reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Rtv 58 Radyo Televizyon İletişim Sistemleri San. ve Tic. A.Ş. isimli firmaya ait Kanal 58 logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Sivas’ta Ramazan”* isimli programda yer alan *“Serkan Optik”* isimli müesseseye ilişkin bant reklam şeklindeki tanıtımlarda mevzuata aykırı bir hususa rastlanmamakla beraber, söz konusu programda program sunucusu ile söz konusu programın çekildiği “Serkan Optik” isimli müessesenin sahibi olduğu belirtilen kişi arasında geçen diyalogta;

*“- Her insanın kullanacağı, gözlük, lens veya derecedeki güzel gözlüklerin fabrikası…Sivas’ta tek optik bizim Serkan kardeşimizin mekanı…Sivas’ta ben tekim diyor, benim dalımda rakip tanımam diyor…Ve haklı olarak , hakikaten gördüğünüz gibi tıklım tıklım dolu…Güneş ve dereceli gözlükleri ekonomik fiyattan buradan temin edebilirsiniz…*

*- Çeşidimiz Sivas’ta en bol çeşit diyebiliriz…Bizi bilen müşterilerimiz Sivas’ta iyi biliyor, olmayanlar da gelsinler bizleri öğrensinler, gözlüklerini bizden alsınlar, bir denesinler, artısını mutlaka görecekler…Paşa Camisinin tam önündeyiz, mavi çarşının üstünde, Paşa Camisinin arkasındayız, Cami ile tam karşı karşıyayız…Dükkanımızda yaklaşık 8 bin-9 bin adet gözlük var…*

*- Sigortalı kardeşlerimiz buradan faydalanabiliyor mu?*

*- Sosyal Güvenlik Kurumu’na tabi tüm hastalarımız muayene olduktan sonra, hepsiyle Emniyet, Sigorta, SGK, Bağ-Kur hepsiyle de anlaşmamız var. Hepsi de gelip gözlüklerini temin edebilirler…Hem uygun fiyatlı, hem markalı gözlüklerimiz olsun, hem güneş gözlüklerimiz, hem lenslerimiz, hepsinde de bol çeşidimiz var…”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Rtv 58 Radyo Televizyon İletişim Sistemleri San. ve Tic. A.Ş. isimli firmaya ait *“Kanal 58”* logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Sivas’ta Ramazan”*** isimli programda, program sunucusu ile söz konusu programın çekildiği “Serkan Optik” isimli müessesenin sahibi olduğu belirtilen kişi arasında geçen diyalogta;

*“- Her insanın kullanacağı, gözlük, lens veya derecedeki güzel gözlüklerin fabrikası… Sivas’ta tek optik bizim Serkan kardeşimizin mekanı…Sivas’ta ben tekim diyor, benim dalımda rakip tanımam diyor…Ve haklı olarak , hakikaten gördüğünüz gibi tıklım tıklım dolu…Güneş ve dereceli gözlükleri ekonomik fiyattan buradan temin edebilirsiniz…*

*- Çeşidimiz Sivas’ta en bol çeşit diyebiliriz…Bizi bilen müşterilerimiz Sivas’ta iyi biliyor, olmayanlar da gelsinler bizleri öğrensinler, gözlüklerini bizden alsınlar, bir denesinler, artısını mutlaka görecekler…Paşa Camisinin tam önündeyiz, mavi çarşının üstünde, Paşa Camisinin arkasındayız, Cami ile tam karşı karşıyayız…Dükkanımızda yaklaşık 8 bin-9 bin adet gözlük var…*

*- Sigortalı kardeşlerimiz buradan faydalanabiliyor mu?*

*- Sosyal Güvenlik Kurumu’na tabi tüm hastalarımız muayene olduktan sonra, hepsiyle Emniyet, Sigorta, SGK, Bağ-Kur hepsiyle de anlaşmamız var. Hepsi de gelip gözlüklerini temin edebilirler…Hem uygun fiyatlı, hem markalı gözlüklerimiz olsun, hem güneş gözlüklerimiz, hem lenslerimiz, hepsinde de bol çeşidimiz var…”* ifadelerinin yer aldığı,

Bu ifadeler ile *“Serkan Optik”* isimli müessesenin talep yaratıcı ifadelerle övüldüğü, tüketicilerin söz konusu müessesede satılan ürünleri almaya teşvik edildiği ve adres tarifi yapılarak yönlendirme yapıldığı, dolayısıyla söz konusu programda reklam olduğu belirtilmeksizin *“Serkan Optik”* isimli müessesenin *örtülü reklamının yapıldığı*, bu durumun;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 inci ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Rtv 58 Radyo Televizyon İletişim Sistemleri 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.

**6)**

**Dosya No: 2015/908**

**Şikayet Edilen: Sancak Yayıncılık Matbaacılık Reklamcılık ve Haber Ajansı Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://takaonline.com> adresli internet sitesinin 27/03/2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Anadolu Rakının Şekersiz Rakısı Yeni Rakıya Darbe Vurdu Büyük Rekabet”*** ve 13/05/2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Kendilerini Yalanladılar”*** başlıklı yazılar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27/03/2015-13/05/2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://takaonline.com adresli internet sitesinin 27/03/2015 tarihli görünümünde yer alan *“Anadolu Rakının Şekersiz Rakısı Yeni Rakıya Darbe Vurdu Büyük Rekabet”* başlıklı yazıda;

*“Rakı Piyasasında Büyük Rekabet! Anadolu Rakı Üretimde Şeker Kullanmayarak Rakı Pazarında Tartışmalara Yol Açtı.*

*Şikayet Etti*

*Türkiye’de alkollü içki pazarında Yeni Rakı, piyasasının büyük oranını elinde tutuyor. Tekel firmasını satın alarak rakı piyasasının %80’inini elinde bulunduran MEY firması, Anadolu İçecek Firması’na ait olan Anadolu Rakı’yı “şekersiz rakı olmaz” iddiasıyla Tarım Bakanlığına şikayet etti. Bunun üzerine Tarım Bakanlığı Yeni Rakı ve Anadolu Rakı’yı Türkiye’nin tek yetkili laboratuvarı Çukurova Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü laboratuvarına tahlile gönderdi.*

*Sıfır Şeker*

*Tahlil sonuçlarında Anadolu Rakı’da şekere rastlanmazken, MEY’in ürettiği Yeni Rakı’da şeker olduğu ortaya çıktı. MEY firması şikayeti sonuçsuz çıkınca pazar payının düşeceği korkusuyla bu kez büfe ve restoranlara kendi malından başka malın satılmayacağı baskısını kurmaya başladı. Bilindiği gibi Rekabet Kurulu daha önce MEY’e aynı şikayetten dolayı 41.5 milyon TL ceza kesmişti.*

*Şerbet İçiyormuşuz*

*Bu arada rakı severler Yeni Rakı’da şeker olduğunu öğrenmeleri üzerine “Meğer biz yıllardır şerbet içiyormuşuz, rakıda şeker olduğunu bilmiyorduk.” İfadelerini kullandılar. Bildiğiniz üzere yüz yıllardır Anadolu topraklarında üretilen rakı, geleneksel olarak şeker kullanılmadan üretilebiliyor. Bu arada devlet tarafından korunan rakı formülünde, üretimde şeker kullanıp kullanmamak üreticinin inisiyatifine bırakılmış durumda. Son yıllarda ülkemizde ve dünyada şeker kullanılmadan üretilen ürünler artık daha fazla tercih ediliyor. Tüketiciler markalarından daha sade içerik ve daha doğal ürünler bekliyor. Bu bakış açılarıyla önümüzdeki günlerde rakı pazarında dengelerin değişebileceğini tahmin etmek çok da zor değil.”* ifadelerine ve

http://takaonline.com adresli internet sitesinin 13/05/2015 tarihli görünümünde yer alan *“Kendilerini Yalanladılar”* başlıklı yazıda;

*“Prof. Dr. Tükel’de Anadolu Rakı’da sıfır şeker olduğunu doğrularken Yeni Rakı’daki gerçek şeker oranını açıkladı.*

*Türkiye’de alkollü içki pazarının büyük kısmını elinde tutan Yeni Rakı’ya rakip Anadolu İçecek Firması’na ait olan sıfır şekersiz Anadolu Rakı’nın piyasaya hızlı bir giriş yaptığına gazetemizde yer vermiştik. Tarım Bakanlığı Yeni Rakı ve Anadolu Rakı’yı Türkiye’nin tek yetkili laboratuvarı Çukurova Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü laboratuvarına tahlile göndermiş burada çıkan sonuçlar doğrultusunda, Anadolu Rakı’da sıfır şeker, Yeni rakıda ise % 4,5 oranında şeker çıktığını ifade etmiştik.*

*Yeni Rakı’da Şeker Var!*

*Bunun üzerine Çukurova Üniversitesi’nden yapılan açıklamada Anadolu Rakı’da şeker olmadığı doğrulanırken Yeni Rakı’da ise belirtmiş olduğumuz % 4,5 oranında şekerin %0,45 (litrede 4,5 gram, binde 4,5) olduğu ifade edildi. Konuyla ilgili açıklamada bulunan Çukurova Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof Dr. Seyhan Tükel, “Üniversitemiz Ziraat Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölüm Başkanlığı tarafından hazırlanan raporda Yeni Rakıda tespit edilmiş olan şeker miktarının, %4,5 olmayıp, %0,45 (litrede 4,5 gram, binde 4,5) olduğu, söz konusu haberin gerçeği yansıtmadığı, habere dayanarak alınan raporun, üniversitemiz, Ziraat Fakültesi Gıda Mühendisliği bölümünün adı kullanılarak ve yapılmış olan analiz sonuçları gerçeğe aykırı bir biçimde saptırılarak firmanın karalandığı bildirilmiştir” dedi.*

*Anadolu Rakı Şekersiz.*

*Tükel sözlerine şöyle devam etti, “Üniversitemiz Ziraat Fakültesi Gıda mühendisliği Bölümü Alkollü içecekler Analiz Laboratuvarı 2006 yılından bu yana TAPDK Alkollü içecekler piyasası daire başkanlığına, hukuki mercilere ve alkollü içki üreticilerine analiz hizmeti vermekte olup verilmiş olan rapor gerçeğe aykırı bir şekilde kullanılmış olduğundan, söz konusu raporda Yeni Rakı’daki şeker oranı %0,45 (binde 4.5) olarak tespit edildiğinden, belirtildiği üzere %4,5 oranında şeker çıktığı iddiaları gerçeği yansıtmamaktadır” dedi. Sonuç olarak yapılan laboratuar analizlerinde Anadolu Rakıda şekere rastlanamazken, Yeni Rakı’da ise binde 4,5 oranında şeker olduğu kanıtlanmıştır.”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu yazılarda, Mey İçki firmasının ve bu firmaya ait Yeni Rakı adlı ürünün şeker içerdiğine ilişkin iddiaların *“Şerbet içiyormuşuz”,* *“Yeni Rakı’da şeker var”* şeklinde yazı arası başlıklar da kullanılmak suretiyle sürekli olarak tekrarlandığı ve ön plana çıkartıldığı, böylelikle söz konusu markanın ve ürünün kötülendiği, diğer taraftan Anadolu Rakı firmasına ait ürün ile ilgili olarak *“Anadolu rakı şekersiz”* ve *“Sıfır şeker”* gibi övücü ve talep yaratıcı ifadeler kullanıldığı, ayrıca Anadolu’da yüzyıllardır şekersiz rakının üretilebildiği, Anadolu rakının şeker içermediği, Anadolu Rakı firmasının *“piyasaya hızlı bir giriş yaptığı”*, yakın zamanda pazardaki dengenin bu firma lehine değişebileceği gibi tüketici tercihlerini etkileyecek ifadelere yer verildiği ve tüketicilerin belli bir markaya yönlendirilmeye çalışıldığı,

Bu bağlamda, söz konusu yazılarda toplumun aydınlatılma ve bilgilendirilme ihtiyacını karşılama amacının dışına çıkıldığı, “Anadolu Rakı” markalı ürüne yönelik atıfların, yazının geneli ile orantılı olmadığı ve söz konusu ürünü satın almaya dolaylı olarak teşvik ettiği, ürünün talep yaratıcı ifadelerle detaylı bir şekilde övülerek tanıtıldığı dolayısıyla haber görünümü altında adı geçen ürünün *örtülü reklamının* yapıldığı, bu nedenle söz konusu yazıların;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 inci ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sancak Yayıncılık Matbaacılık Reklamcılık ve Haber Ajansı Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**BANKACILIK VE SİGORTACILIK HİZMETLERİ**

**7)**

**Dosya No: 2015/613**

**Şikayet Edilen: Yapı Kredi Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sınır Tanımayan Aile - Vade Bozulmuyor”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Yapı Kredi Esnek Vadeli Mevduat Hesabı” isimli bankacılık ürününe ilişkin televizyon reklamlarından “Sınır Tanımayan Aile- Vade Bozulmuyor” başlıklı reklamlarda; ‘reklamda rol alan ailenin erkek çocuğunun babasının elinden gazeteyi çekiştirerek aldığı, kız çocuğunun da babasının sırtından yastığı sertçe çekerek aldığı görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** “Yapı Kredi Esnek Vadeli Mevduat Hesabı” isimli bankacılık ürününe ilişkin televizyon reklamlarından “Sınır Tanımayan Aile - Vade Bozulmuyor” başlıklı reklamın, söz konusu reklamda gereken toplumun genel ahlak kurallarına aykırı bir ifade veya görüntünün bulunmadığı gerekçesiyle, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**8)**

**Dosya No: 2015/643**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.herbalife.com](http://www.herbalife.com).tr adresli internet sitesinde muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin olarak yayımlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.herbalife.com](http://www.herbalife.com).tr adresli internet sitesinin 22.07.2015 tarihli görünümünde; ***“Narenciye Özlü Parlatıcı Yüz Temizleme Jeli”*** *isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “İçeriğindeki mikro tanecikler yüzünüzün ışıltılı ve taze bir görünüm kazanmasına yardımcı olur. Sadece tek kullanımdan sonra cilt sebumunda azalma görülmesine yardımcı olabileceği klinik olarak test edilmiştir. Canlandırıcı tanecikler içeren hafif jel formül. İlave paraben içermez. Sülfat içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir.” ifadelerinin,* ***“Kırmızı Meyve Özlü Peeling”*** *isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “Cildin ölü hücrelerden arınmasına yardımcı olan kırmızı meyve çekirdekleri, cildin yumuşak ve pürüzsüz görünüm elde etmesine yardımcı olur. Cildin güzel bir görünüm kazanmasına yardımcı olur. Bütün cilt türlerinde istenilen etkileri göstermektedir. İlave paraben içermez. Sülfat içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir.” ifadelerinin,* ***“Nane Özlü Arındırıcı Kil Maskesi”*** *isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “Tek kullanımdan sonra, gözenek görünümünde gelişme sağlanmasına yardımcı olduğu klinik olarak test edilmiştir. İlave paraben içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir.” ifadelerinin,* ***“Besleyici Gece Kremi”*** *isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “Yalnızca 7 günde çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünün azalmasına yardımcı olur. Sadece 7 günde cildin daha pürüzsüz ve yumuşak bir görünüm kazanmasına yardımcı olduğu klinik olarak test edilmiştir. Sadece 1 haftada cilt görünümünde ve parlaklığında gözle görülür gelişim sağlanmasına yardımcı olur. Cildin nemini 8 saat süreyle iki katına çıkardığı klinik olarak gözlemlenmiştir. Bütün cilt türlerinde istenilen etkileri göstermektedir. Dermatolojik olarak test edilmiştir” ifadelerinin,* ***“Herbalife SKIN”*** *başlığı altında yer alan* ***“Aloe Özlü Rahatlatıcı Yüz Temizleme Jeli, Parlaklık Veren Günlük Nemlendirici, Besleyici Gece Kremi, Canlandırıcı Bitki Özlü Tonik, Nemlendirici Göz Kremi, Sıkılaştırıcı Göz Jeli, Çizgi Azaltıcı Serum”*** *başlıkları altında yer verilen “İlave paraben içermez. Sülfat içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir” ifadelerinin, diğer taraftan* ***“Herbal Aloe Bakım Serisi”*** *başlığı altında yer alan ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “İçeriğinde sülfat ve paraben yoktur. Renk koruyucu formülü sayesinde saç renginizin görünümünün korunmasına yardımcı olur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Herbalife”*** markalı ürünlere ilişkin olarak [www.herbalife.com.tr](http://www.herbalife.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan iddiaların klinik çalışmalar ile desteklendiği ve anılan tanıtımlarda yer alan ifadelerin kozmetik tanımına uygun olduğu, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı kanaatine varıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2015/767**

**Şikayet Edilen: Tele Maren Telekomünikasyon Elektronik Bilgi İşlem San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam*: "Secret Extensions-Sihirli Saçlar"*** isimli saç ürününe ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV,İnternet

**Tespitler:** Nisan 2015 döneminde *“Starshop TV”* logolu televizyon kanalında **“Secret Extensions-Sihirli Saçlar"** isimli ürününün tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlarda altyazıda; *“Tüketici satın aldığı ürünü teslim aldığı tarihten itibaren 14 gün içerisinde, kişisel kullanım ürünleri haricinde, hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin, aldığı malı reddederek sözleşmeden cayma hakkına sahiptir”*ifadelerine yer verildiği, diğer taraftan televizyon reklamlarında tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki önemli bilgilere yer verilen altyazının metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu altyazının okunabilirlikten uzak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tanıtımı yapılan ***“Secret Extensions-Sihirli Saçlar"*** isimli ürününün tüketici tarafından teslim alındıktan sonra ambalajı açılması durumunda hijyen açısından uygun olmadığı gerekçesiyle iadesi kabul edilmemesine karşın, inceleme konusu televizyon reklamlarında altyazıda*; “Tüketici satın aldığı ürünü teslim aldığı tarihten itibaren 14 gün içerisinde, kişisel kullanım ürünleri haricinde, hiçbir hukuki ve cezai sorumluluk üstlenmeksizin ve hiçbir gerekçe göstermeksizin, aldığı malı reddederek sözleşmeden cayma hakkına sahiptir”* ifadelerine yer verilerek eksik bilgilendirildiği ve bu durumun tüketici mağduriyetine yol açtığı,

Diğer taraftan, televizyon reklamlarında tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki önemli bilgilere yer verilen altyazının metin boyutunun, ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu altyazının okunabilirlikten uzak olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-10.01.2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5/-h, 18 inci, 19 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tele Maren Telekomünikasyon Elektronik Bilgi İşlem San. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**10)**

**Dosya No: 2014/445**

**Şikayet Edilen:** **Özel Fizyo Tıp Sağlık Hiz. Tur. İth. İhr. Tic. Ve San. Ltd. Şti. (Özel Kütahya Kent Hastanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2/9/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait [www.kutahyakent.com.tr](http://www.kutahyakent.com.tr) adresli internet sitesinin 2/9/2015 tarihli görünümlerinde;*“ (...) Özel Kütahya Kent Hastanesi, Fizyo Tıp Limited Şirketi sahipliğinde toplumumuzun sağlık alanındaki artan ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla 2010 yılı Aralık ayında hasta kabulüne başlamış olup 2012 yılı Temmuz ayı içerisinde ek bina inşaatı da tamamlanarak halkımızın hizmetine sunulmuştur. Çağdaş ve modern teknolojilerle donatılarak hizmete giren Özel Kütahya Kent Hastanesi,**dünya standartlarında sağlık hizmeti sunmayı hedeflemektedir. (...)Özel Kütahya Kent Hastanesi’nde 10 yataklı, son model ve dünyanın en çok kabul gören markalarının ürettiği solunum cihazları ve monitörleri ile donatılmış bir Genel yoğun bakım ünitesi yer almaktadır. Bu ünitede Genel yoğun bakım ihtiyacı olan hastalar, deneyimli hekim ve hemşire kadrosuyla takip ve tedavi edilmektedirler. (...)Muayene odaları, fizyoterapi odaları ve egzersiz salonlarımızdan oluşan, son sistem cihazlarla donatılmış olan fizik tedavi ve rehabilitasyon bölümümüzde, deneyimli uzman doktorlarımız ve fizyoterapistlerimizden oluşan ekibimiz ile poliklinik, servis ve yoğun bakım hastalarına hizmet vermektedir. (...)sorumluluklarımızın bilincindeyiz, toplumumuzun daha kaliteli sağlık hizmeti alması için yapılması gereken her şeyi yerine getirmek için çalışıyoruz... (...)”* şeklinde ifadelere ve görsellere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait [www.kutahyakent.com.tr](http://www.kutahyakent.com.tr) adresli internet sitesinin 2/9/2015 tarihli görünümlerinde; *(...) Özel Kütahya Kent Hastanesi, Fizyo Tıp Limited Şirketi sahipliğinde toplumumuzun sağlık alanındaki artan ihtiyaçlarına cevap verebilmek amacıyla 2010 yılı Aralık ayında hasta kabulüne başlamış olup 2012 yılı Temmuz ayı içerisinde ek bina inşaatı da tamamlanarak halkımızın hizmetine sunulmuştur. Çağdaş ve modern teknolojilerle donatılarak hizmete giren Özel Kütahya Kent Hastanesi,**dünya standartlarında sağlık hizmeti sunmayı hedeflemektedir. (...) Özel Kütahya Kent Hastanesi’nde 10 yataklı, son model ve dünyanın en çok kabul gören markalarının ürettiği solunum cihazları ve monitörleri ile donatılmış bir Genel yoğun bakım ünitesi yer almaktadır. Bu ünitede Genel yoğun bakım ihtiyacı olan hastalar, deneyimli hekim ve hemşire kadrosuyla takip ve tedavi edilmektedirler. (...) Muayene odaları, fizyoterapi odaları ve egzersiz salonlarımızdan oluşan, son sistem cihazlarla donatılmış olan fizik tedavi ve rehabilitasyon bölümümüzde, deneyimli uzman doktorlarımız ve fizyoterapistlerimizden oluşan ekibimiz ile poliklinik, servis ve yoğun bakım hastalarına hizmet vermektedir. (...) rumluluklarımızın bilincindeyiz, toplumumuzun daha kaliteli sağlık hizmeti alması için yapılması gereken her şeyi yerine getirmek için çalışıyoruz... (...)”* şeklinde talep yaratıcı ve söz konusu kuruluşa yönlendirme yapan ifadelere ve görsellere yer verilerek kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

- 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-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Fizyo Tıp Sağlık Hiz. Tur. İth. İhr. Tic. Ve San. Ltd. Şti. (Özel Kütahya Kent Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2014/446**

**Şikayet Edilen:** **BSK Kütahya Sağlık Hizmetleri A.Ş. (Özel Kütahya Anadolu Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Sayın Yolcularımız - Özel Kütahya Anadolu Hastanesine Muayene Olacağınızda Geliş Biletinizi Gösterdiğinizde Muayene Ücretinden Geliş Bileti Miktarı Kadar İndirim Uygulanacaktır"*** ibareli ilanlar ile***"Ana Şefkatiyle Sağlık... Bu kupon ile gelen hastalarımıza muayenelerde %50 indirim uygulanacaktır"*** ibareli kuponlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Muhtelif

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait ilanlarda; *" Sayın Yolcularımız - Özel Kütahya Anadolu Hastanesine Muayene Olacağınızda Geliş Biletinizi Gösterdiğinizde Muayene Ücretinden Geliş Bileti Miktarı Kadar İndirim Uygulanacaktır."*  şeklinde ve kuponlarda; *" Ana Şefkatiyle Sağlık... Bu kupon ile gelen hastalarımıza muayenelerde %50 indirim uygulanacaktır."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşa ait *" Sayın Yolcularımız - Özel Kütahya Anadolu Hastanesine Muayene Olacağınızda Geliş Biletinizi Gösterdiğinizde Muayene Ücretinden Geliş Bileti Miktarı Kadar İndirim Uygulanacaktır."*  ibareli ilanlar ile *" Ana Şefkatiyle Sağlık... Bu kupon ile gelen hastalarımıza muayenelerde %50 indirim uygulanacaktır."*  ibareli kuponlar aracılığıyla sağlık alanında hizmet veren söz konusu kuruluş lehine talep yaratıldığı, kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların da;

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

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

-Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı maddesi,

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

- 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-b, 26 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 **BSK Kütahya Sağlık Hizmetleri A.Ş. (Özel Kütahya Anadolu Hastanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2014/1526**

**Şikayet Edilen:** **Gözüm Optik Metehan AKKAYA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.lensci.com](www.lensdunyasi.com) adresli internet sitesinin 28.08.2015 tarihli görünümünde satışa sunulan; "Aylık Lens, Günlük Lens, Gece-Gündüz Lens, Renkli Lens, Uzak-Yakın Lens, Toric Lensler, Renk Körlüğü için Lens" başlıkları altında muhtelif markalara ait lenslerin tanıtımının yapıldığı; diğer taraftan, *" 2 kutu lens alana Bio True 120 ml Solüsyon Hediye.4 kutu lens alana Bio True 300 ml Solüsyon Hediye."*  ifadesi ile *" 2 kutu alışverişlerinizde yalnızca 20 TL.Kampanyamız stoklarla sınırlıdır.Kampanyamızda sadece yeşil lens verilmektedir.Kampanyamız numaralı saydam lens alan müşterilerimiz için geçerlidir.Kampanyamız sadece miyop değerler için geçerlidir.Kampanyamız sadece aldığınız lenslere eşdeğer numaralarda geçerlidir.Yalnızca perakende alımlar için geçerlidir."* ifadelerine yer verildiği; ancak, söz konusu ifadelerde hediye olarak verileceği belirtilen ürünün piyasa değerine yer verilmediği, ayrıca indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürünün kampanya başlangıç ve bitiş tarihlerinin de belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılması yasak olup, bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği,

Yine anılan Yönetmelik Ek-3 listesinde yer alan 10 adet cihazın haricinde kalan tıbbi cihazların gazete, radyo, televizyon, telefon aracılığıyla ya da kapıdan veya **internet üzerinden satışının yapılamayacağı** ilgili mevzuatta açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, Yönetmelik Ek-3 listesinde belirlenen 10 adet cihazın ( 1.Diş macunu, 2. Diş protez bakım ürünleri, 3. Kondom, 4. Hasta altı bezi, 5. İnkontinans pedi, 6. Topikal uygulanan sıcak soğuk kompres, 7. Yara bandı, flaster, 8. Pamuk, 9. Ağız çalkalama suyu, 10. Nefes açıcı burun bantları) dışında kalan numaralı kontak lenslerin ilgili mevzuat gereği internet üzerinden satışının ve **reklamının yapılmasının** yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu bu durumun da;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15 ve 26 ncı maddeleri,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 14/1, 15/1-b, 26, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı yönetmelik ekinin 8 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**13)**

**Dosya No: 2014/1527**

**Şikayet Edilen:** **Mikon Medikal Bilişim ve Medya Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.lensmarket.com](www.lensdunyasi.com) adresli internet sitesinin 28.08.2015 tarihli görünümünde satışa sunulan; "Saydam Lens, Renkli Lens, Toric (Astigmat) Lens, Sert Lens, Özel Lens" başlıkları altında muhtelif markalara ait ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı; bununla birlikte, "Özel Lens" başlığı altında hipermetrop, katarakt, renk körlüğü gibi çeşitli göz rahatsızlıkları için kullanılan lenslerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılması yasak olup, bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği,

Yine anılan Yönetmelik Ek-3 listesinde yer alan 10 adet cihazın haricinde kalan tıbbi cihazların gazete, radyo, televizyon, telefon aracılığıyla ya da kapıdan veya **internet üzerinden satışının yapılamayacağı** ilgili mevzuatta açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, Yönetmelik Ek-3 listesinde belirlenen 10 adet cihazın ( 1.Diş macunu, 2. Diş protez bakım ürünleri, 3. Kondom, 4. Hasta altı bezi, 5. İnkontinans pedi, 6. Topikal uygulanan sıcak soğuk kompres, 7. Yara bandı, flaster, 8. Pamuk, 9. Ağız çalkalama suyu, 10. Nefes açıcı burun bantları) dışında kalan numaralı kontak lenslerin ilgili mevzuat gereği internet üzerinden satışının ve **reklamının yapılmasının** yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu bu durumun da;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15 ve 26 ncı maddeleri,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı yönetmelik ekinin 8 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mikon Medikal Bilişim ve Medya Yayıncılık San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2014/1528**

**Şikayet Edilen:** **Nehir Optik Saat ve Sağlık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait <www.lensdunyasi.com> adresli internet sitesinin 28.08.2015 tarihli görünümünde satışa sunulan; "Renkli Lensler, Şeffaf Lensler, Astigmatlı Lensler, Özel Lensler" başlıkları altında muhtelif markalara ait ürünlerin tanıtımlarının yapıldığı; bununla birlikte, "Özel Lensler" başlığı altında hipermetrop, katarakt, renk körlüğü gibi çeşitli göz rahatsızlıkları için kullanılan lenslerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği'ne göre münhasıran sağlık meslek mensupları tarafından kullanılması veya uygulanması gereken cihazlar ile geri ödeme kapsamında olan cihazların reklamının yapılması yasak olup, bunların dışında kalan cihazların reklamına ilgili mevzuata uygun olmak koşuluyla izin verildiği,

Yine anılan Yönetmelik Ek-3 listesinde yer alan 10 adet cihazın haricinde kalan tıbbi cihazların gazete, radyo, televizyon, telefon aracılığıyla ya da kapıdan veya **internet üzerinden satışının yapılamayacağı** ilgili mevzuatta açıkça belirtildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, Yönetmelik Ek-3 listesinde belirlenen 10 adet cihazın ( 1.Diş macunu, 2. Diş protez bakım ürünleri, 3. Kondom, 4. Hasta altı bezi, 5. İnkontinans pedi, 6. Topikal uygulanan sıcak soğuk kompres, 7. Yara bandı, flaster, 8. Pamuk, 9. Ağız çalkalama suyu, 10. Nefes açıcı burun bantları) dışında kalan numaralı kontak lenslerin ilgili mevzuat gereği internet üzerinden satışının ve **reklamının yapılmasının** yasak olduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu bu durumun da;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15 ve 26 ncı maddeleri,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı yönetmelik ekinin 8 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nehir Optik Saat ve Sağlık Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2015/837**

**Şikayet Edilen:** **Füsun GÜVEN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.fusunguven.com](www.igh.com) adresli internet sitesinin 08.05.2015 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun isminin *“Dr. Füsun Güven Kliniği”* olarak nitelendirilerek kuruluşun ruhsatnamesinde kayıtlı olan ismin kullanılmadığı,

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

- “İple Yüz Germe” başlığı altında; *“İple asma işlemi, özellikle derin kırışıklıklarda ve sarkan yanak, çene görüntüsü durumunda oldukça etkili bir yöntemdir…Bir çok kadın ve erkeğe daha sıkı ve daha genç görünen bir cilde hızlı ve kolay şekilde sahip olma fırsatını vermektedir.İple yüz germe , iple yüz asma, yüz askısı işlemi İzmir’de Dr. Füsun Güven tarafından yapılmaktadır.”,*

- “Botox” başlığı altında; *“Botoks ciltteki kas kasılmalarına bağlı olarak gelişen her türlü cilt kırışıklığı için kullanılırken en etkili olduğu bölge yüzün üst kısmındaki yani…Botoks ile aşırı terlemeye son!”,*

-“Fibrocell” başlığı altında; *“Yaşlanmaya ‘Kök’ten çözüm.Gençlik iksiri kulağınızın arkasında…Hücresel tedaviler, kök hücre tedavileri doku mühendisliğinin parçalarından biridir ve özellikle sağlık alanında yüz güldürücü sonuçlar vermekte…Fibrocell doku mühendisliğinin yeni yıldızı.”,*

- “Mezoterapi” başlığı altında; *“Mezolifting, yüz mezoterapisi cildin kolajen ve elastin üretimini artırarak cilt yeniler ve cildi gençleştirir…Yüz mezoterapisi yani mezolifting uygulamasında amaç, cildi güçlendirmek daha sağlıklı, genç, parlak ve canlı bir görünüme kavuşturmaktır.Mezolifting uygulamasından sonra cilt daha parlak bir görünüm alır…Bu nedenle diğer yöntemlere göre daha çabuk sonuç vermektedir…Selülit tedavisinde en etkili yöntemlerden birisi mezoterapidir.”,*

-“Prp” başlığı altında; *“Tüm vücutta görülen sarkma, çatlaklar, izler, lezyonların giderilmesinde başarı ile uygulanmakta, uygulama sonuçları tatmin edici düzeyde bulunmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği,

<www.facebook.com> adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait bulunan sayfanın 08.05.2015 tarihli görünümünde yer alan paylaşımlarda; *“Baharda yenilenme zamanı.Kıştan kalan, kuru, nemsiz, matlaşan cilt yapısını peeling ile tazeleyin.Güneşli günler gelmeden, sivilce akne izi, pigment lekelerini ve kırmızı görünümlü kılcal damarlı cilt sorularını giderin ve tedavinizi tamamlayın.Fibrocell teknolojisi, uygulamadan iki yıl sonra.Botoks migren hastalarının da imdadına yetişiyor.Migrenin yeni düşmanı botoks.Yeni yıla ışıl ışıl parlayan ciltle girmeyi kim istemez”* gibiifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin29 uncu maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan, *“Tabelaları ile basılı ve elektronik ortam materyallerinde, ruhsatnamesinde kayıtlı sağlık kuruluşu ismi dışında başka bir isim kullanılamaz.”* hükmü ile; tıp merkezi, poliklinik, muayenehane gibi sağlık kuruluşlarının müesseselerini ruhsatlarında belirtilen isimlerin dışında başka bir isim ile nitelendirmeleri yasaklandığı,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitelerinde, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan ismin kullanılmaması suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; ayrıca, söz konusu tanıtımlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**16)**

**Dosya No: 2015/995**

**Şikayet Edilen:** **Dentege Kahramanlar Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Ltd. Şti.** **(Özel Dentege Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2015,12.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <www.facebook.com> adresli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan kuruluşa ait 12.06.2015 tarihli paylaşımda; *"Bembeyaz dişler hayal değil!Diş beyazlatma tedavilerinde etkili çözümler sunuyoruz."*  ifadeleri ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görsele yer verildiği; ayrıca, aynı internet sitesinde yer alan 26.05.2015 tarihli paylaşımda; *" İzmir'de implant tedavisi 450*€'*dan başlayan fiyatlarla.En kaliteli ürün, en avantajlı fiyat.Tüm implant çeşitlerimiz Avrupa ürünüdür."*  ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı; diğer taraftan, kuruluşça sunulan implant tedavisinin fiyatının "Türk Lirası" cinsinden belirtilmediği; ayrıca şayet anılan hizmet sağlık turizmi kapsamında Türkiye Cumhuriyeti Devleti sınırları dışında yaşayan tüketicilere sunuluyor ise, bu durumda da söz konusu tanıtımların Türkçe olarak yapılmaması gerektiği, dolayısıyla her koşulda internet sitesinde yer alan paylaşımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği, tüm bu durumların da;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- Fiyat Etiketi Yönetmeliğinin 9/3 üncü maddesi,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 13/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dentege Kahramanlar Özel Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Ltd. Şti.** **(Özel Dentege Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2015/1064**

**Şikayet Edilen:** **Mediserve Sağlık Doğum ve Sağlıklı Yaşam Akademisi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.mediservesaglik.com](www.eczane.com.tr) adresli internet sitesinin 25.06.2015 tarihli görünümünde; *" Hemşirelik Hizmetleri, Doğru Beslenme Takibi, Bebek Bakımı Desteği, Doula-Doğum Desteği, Hamilelik Eğitimi"* gibibaşlıklar altında; kuruluşta sunulan hizmetlerin tanıtımının yapıldığı; bununla birlikte, kuruluşun evde bakım hizmeti sunabilmesi için Sağlık Bakanlığı'nca düzenlenmiş bir ruhsatnamesinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Evde Bakım Hizmetleri Hakkında Yönetmeliği'ne göre, uygunluk belgesi alarak faaliyete geçen ve evde bakım hizmeti sunan sağlık kuruluşlarının, hizmet sunduğu alan ile ilgili olarak sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikte bilgilendirme yapabilmesine izin verildiği,

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, evde bakım hizmeti sunabilmek için uygunluk belgesine sahip olmayan kuruluşun, sağlık kuruluşları tarafından sunulması gereken hizmetlere yönelik tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu durumun da, kuruluş lehine talep yaratmaya yönelik, benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açıcı, tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8 ve 24 üncü maddeleri,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Evde Bakım Hizmetleri Hakkında Yönetmeliğin 30 ve 31/a maddeleri,

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı yönetmelik ekinin 2, 4 ve 8 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mediserve Sağlık Doğum ve Sağlıklı Yaşam Akademisi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2015/1065**

**Şikayet Edilen:** **Kerem Optik Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Güneş gözlüklerinde %50 indirim”*** ibareli reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013-2014

**Yayınlandığı Mecra:** Mağaza Camı

**Tespitler:** Kuruluşa ait mağaza camında 2013-2014 yılları arasında yer alan reklamlarda, *“Kerem Optik Lens. Güneş gözlüklerinde %50 indirim”* ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, kampanya başlangıç ve bitiş tarihleri, indirimli olarak satışa sunulacağı belirtilen ürüne ait stok miktarları gibi kampanya koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmediği, bu durumun da;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c, 12, 20 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kerem Optik Ticaret Limited Şirketi** hakkında, mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2015/493**

**Şikayet Edilen:** **Eko Sağlıklı Yaşam Spor Eğitim Ve Güzellik Hiz.Turz.Ve Dış Tic. Ltd. Şti.** (**Grenada Life Personal Training Beauty Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait [www.grenada-life.com](http://www.grenada-life.com) adresli internet sitesinin 28.08.2015 tarihli görünümünde; kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *"İğneli Epilasyon, Kavitasyon ,Kimyasal Peeling"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,kuruluşun isminin ***“****Grenada Life Personal Training & Beauty Merkezi****”*** olarak belirtildiği, oysa ilgili mevzuatta “Güzellik Merkezi” şeklinde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, bu suretle kuruluşun hangi alanda faaliyet gösterdiği (güzellik salonu, poliklinik, vs. kuruluşunuzun türü) konusunda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği 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;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Eko Sağlıklı Yaşam Spor Eğitim Ve Güzellik Hiz.Turz.Ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Grenada Life Personal Training Beauty Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2014/650**

**Şikayet Edilen: Jale ŞENYURT (Always Beauty)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.alwaysbeuty.info adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.04.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşun **bir güzellik salonu olarak faaliyet gösterdiği, ancak www.alwaysbeauty.info** adresli internet sitesinin 28.04.2014 tarihli görünümünde, kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *“Leke Tedavisi, Botoks, Lazer Epilasyon, Kimyasal Peeling, Bölgesel İncelme”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca söz konusu internet sitesinde kuruluşunuzun türünün de açıkça belirtilmediği 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 inci, 7 inci ve 21 inci maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Jale ŞENYURT (Always Beauty)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanunun 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2014/1537**

**Şikayet Edilen: Estetikmed Güzellik ve Sağlık Hizm. Eğitim Turz. San. Ve Tic Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2015, 21.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait www**.estetikmed.com** adresli internet sitelerinin 20.08.2015 tarihli görünümlerinde; kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *“Estetik Cerrahi- Burun Estetiği, Gögüs Estetiği, Lipocustion, Kulak Estetiği, “Kaş Kaldırma, Yüz Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Çene Cerrahisi, Saç ekimi, kaş ekimi sakal ekimi PRP Tedavisi, Saç Mezoterapisi, Alexandrite Lazer Epilasyon, Candela GenteLase Pro, Diode Lazer Epilasyon, Nd: Yağ Lazer Epilasyon, Varis tedavisi, Akapuntur, Leke Tedavisi, Kılcal Damar Tedavisi, Dermabrazyon, Dermalogica Tedavisi, Bölgesel Zayıflama- Lipoliz, Kavitasyon, Yağ Aldırma, Karın Germe, Göbek eritme, Botoks- Dolgu Dudak, Terleme Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

**-www.facebook.com/estetikmed.com.tr** adresli internet sitelerinin 21.08.2015 tarihli görünümünde; *“Saç ekimi, kaş ekimi, sakal ekimi, PRP Tedavisi, Saç Mezoterapisi,”, “Saç ekimi, Estetik cerrahi, lazer epilasyon, bölgesel zayıflama, botoks, dolgu”* gibi tıbbi işlemlerin tanıtımına yer verildiği; ayrıca, *“Sadece saçlarınızı değil, gençliğinizi de geri kazandırabiliyoruz. Saç ekimi hiç bu kadar doğal olmamıştı, DÜMNYANIN SAÇINI EKİYORUZ.”, “Zamana Yenilmeyin Kendinizi Yenileyin, LAZER EPİLASYON Tüylerinize savaş açıp kalıcı çözümler üretiyor.”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı 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;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Estetikmed Güzellik ve Sağlık Hizm. Eğitim Turz. San. Ve Tic Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2014/646**

**Şikayet Edilen: Beyza Başak BAŞKURT (Cey Cey Bayan Kuaförü)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.ceyceykuafor.com** adresli internet sitesinin 18.08.2015 tarihli görünümlerinde; kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *"IPL Epilasyon, İğneli Epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Beyza Başak BAŞKURT (Cey Cey Bayan Kuaförü)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2014/748**

**Şikayet Edilen: Mine Dilek ŞENTÜRK ( Tunalı Güzellik Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.tunaliguzellikmerkezi.com](http://www.tunaliguzellikmerkezi.com) ve [www.grupanya.com/ankara-guzellik/firsat/tunali-guzellik](http://www.grupanya.com/ankara-guzellik/firsat/tunali-guzellik) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.tunaliguzellikmerkezi.com** adresli internet sitesinin**19.08.2015** tarihli görünümünde; *“Yüz Germe, Kavitasyon, Dermapen- Akne Ve Yara İzlerin Tedavisi, İnce Çizgiler Ve Kırışık Tedavisi, Geniş Gözenek Tedavisi, Çatlak Tedavisi, Alopesi Tedavisi, Mezoterapi İle Selülit Tedavisi, Saç Mezoterapisi, Botoks, Dolgu, Cerrahi İşlem, Kimyasal Peeling, Selülit Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, *“Uzman doktorlarımız tarafından gerçekleştirilecek uygulamalar sonucunda yüz ovalinde %100 toparlanma ve %70 derin kırışıklık açma konularında İDDİALIYIZ!!!”* şeklinde talep yaratıcı ve kuruluşunuzu öven ifadelere yer verildiği;

-**www.grupanya.com/ankara-guzellik/firsat/tunali-guzellik** adresli internet sitesinin **19.08.2015** tarihli görünümünde; *“İstenmeyen tüy derdi tarihe karışıyor! Tunalı Güzellik’te koltuk altı için 5 seans istenmeyen tüylerden arınma 500 TL yerine 49 TL!”* şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği**;**

-Kuruluşunuzun isminin; **“*Tunalı Güzellik Merkezi*”** olarak belirtildiği, kuruluşunuzun bir güzellik salonu şeklinde faaliyet göstermesi nedeniyle bu ifadenin tüketiciler açısından yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mine Dilek ŞENTÜRK (Tunalı Güzellik Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2014/747**

**Şikayet Edilen: Helena Lazer Güzellik Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.helenaguzellik.com** adresli internet sitesinin **19.08.2015** tarihli görünümlerinde;*"Karboksiterapi, Mezoterapi, Kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**25)**

**Dosya No: 2015/1135**

**Şikayet Edilen: Semt Marketçilik Loj. İnş. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Semt Market”* adlı işletmede ***“Bolez”*** marka tavuk ürünlerine yönelik olarakyayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Semt Market adlı işletmede İstanbul İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü denetmenlerince 07.05.2015 tarihinde yapılan yapılan denetimlerde, Bolez marka *“Bolez Tabaklı Bütün Piliç”* adlı ürünün raf etiketinde, ürün organik olmadığı halde “***Bolez Organik Bütün Piliç”*** ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma nezdinde İstanbul İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü denetmenlerince 07.05.2015 tarihinde yapılan yapılan denetimlerde, firmaya ait Semt Market adlı işletmede satışı yapılan Bolez marka *“Bolez Tabaklı Bütün Piliç”* adlı ürünün raf etiketinde “***Bolez Organik Bütün Piliç”*** ifadesine yer verildiğinin tespit edildiği, söz konusu ürün organik olmadığı halde ürüne yönelik olarak organik ifadesinin kullanılmasının tüketicileri aldatıcı-yanıltıcı olduğu, anılan tanıtımın;

- 5262 sayılı Organik Tarım Kanununun “Organik ürünlerin ve girdilerin reklam ve tanıtımı” başlıklı 8 inci maddesi;

- 18.08.2010 tarih ve 27676 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Organik Tarımın Esasları ve Uygulanmasına İlişkin Yönetmeliğin “Organik ve geçiş süreci ürünlerinin etiketlenmesi” başlıklı 29/5 inci maddesi

- 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 ve “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 maddeleri;

- 10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Semt Marketçilik Loj. İnş. 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.

**26)**

**Dosya No: 2015/972**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Nescafe 3ü1 Arada”*** adlı ürünün ambalajı üzerinde yer verilen ***“Orijinal”*** ifadesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün Ambalajı

**Tespitler**: Firma tarafından üretilen ***“Nescafe 3ü1 Arada”*** adlı ürünün ambalajı üzerinde ***“Orijinal”*** ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Nescafe 3ü1 Arada”*** adlı ürünün ambalajı üzerinde yer verilen **“orijinal”** ifadesinin ürünü çeşitlerinden ayırmak amacıyla kullanıldığı, ürünün piyasaya ilk arz edilen sade ve klasik çeşidini tanımladığı, piyasada satışı yapılan benzer ürünlere yönelik herhangi bir kötüleme içermediği, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olmadığı anlaşıldığından, söz konusu tanıtımın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2015/1132-I**

**Şikayet Edilen: Danone Tikveşli Gıda ve İçecek Sanayi Ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Danette 2’lim”*** adlı ürünün tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.04.2015-23.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: ***“Danette 2’lim”*** adlı ürüne yönelik olarak hazırlanan ve 18.04.2015-23.08.2015 tarihleri arasında ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamda, çocuklarının mutfakta çikolata yediği sırada içeri giren ve bu durumdan rahatsız olduğu görülen anne tarafından *“Ne yiyorsunuz bakayım siz orada? Ben biliyorum size ne vereceğimi!”* denilerek çocuk oyuncuların elinden çikolataların alındığı, başlangıçta bu duruma üzülen çocukların ise annenin buzdolabından Danette 2’lim adlı ürünü çıkarması ile sevinç gösterisinde bulunduğu, filmin devamında,

*Anne: “Atıştırmalık seçerken de onların iyiliğini düşünmeliyim, bu yüzden taze sütlü Danette 2’lim tercih ediyorum”*

*Çocuk: “Annem de bir garip ya, hem çikolata yedirmiyor, hem de sonunda kendisi çikolata veriyor”*

*Dış ses: “Danette 2’lim. Annelere göre süt, çocuklara göre çikolata”*

söz düzenine yer verilerek çikolata ile Danette 2’lim adlı ürünün karşılaştırıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Danette 2’lim”*** adlı ürüne yönelik olarak hazırlanan ve 18.04.2015-23.08.2015 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, çocuklarının mutfakta çikolata yediği sırada içeri giren ve bu durumdan rahatsız olduğu görülen anne tarafından *“Ne yiyorsunuz bakayım siz orada? Ben biliyorum size ne vereceğimi!”* denilerek çocuk oyuncuların elinden çikolataların alındığı, başlangıçta bu duruma üzülen çocukların ise annenin buzdolabından Danette 2’lim adlı ürünü çıkarması ile sevinç gösterisinde bulunduğu, filmin devamında,

*Anne: “Atıştırmalık seçerken de onların iyiliğini düşünmeliyim, bu yüzden taze sütlü Danette 2’lim tercih ediyorum”*

*Çocuk: “Annem de bir garip ya, hem çikolata yedirmiyor, hem de sonunda kendisi çikolata veriyor”*

*Dış ses: “Danette 2’lim. Annelere göre süt, çocuklara göre çikolata”*

söz düzenine yer verilerek çikolata ile Danette 2’lim adlı ürünün karşılaştırıldığı, annenin çocuklarının çikolata yemesinden rahatsızlık duyarak *“Ne yiyorsunuz bakayım siz orada?”* şeklinde tepki göstermesi, Danette 2’lim adlı ürünü gönül rahatlığı ile çocuklarına vermesi ve *“atıştırmalık seçerken onların iyiliğini düşünmeliyim”* ifadesini kullanmasıyla çikolatanın çocuklar tarafından tüketilmemesi gereken sağlıksız bir ürün olduğu izlenimi oluşturulduğu, dolayısıyla çikolatanın çocuklar için iyi bir atıştırmalık olmadığı mesajıyla çikolata ürünlerinin kötülenerek çikolata üreticisi firmalar aleyhine haksız rekabete yol açıldığı,

İnceleme konusu reklamda, ürün etiketi üzerinde Çikolatalı-Sütlü Puding olarak tanıtılan ve üretim ile pazarlama şartları “Türk Gıda Kodeksi Fermente Süt Ürünleri Tebliği” hükümlerine göre düzenlenmiş Danette 2’lim adlı ürün ile aynı kategoride yer almayan ve “Türk Gıda Kodeksi Çikolata ve Çikolata Ürünleri Tebliği” hükümlerine tabi çikolata ürünlerinin karşılaştırılmasının **Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8/1 maddesinin,** *“(1) Karşılaştırmalı reklamlar, ancak; (…) c) Karşılaştırılan mal veya hizmetlerin* ***aynı nitelikte olması ve*** *aynı istek ya da ihtiyaca cevap vermesi, (…) koşullarıyla yapılabilir.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamda karşılaştırması yapılan gıda ürünlerinin somut ve objektif herhangi bir özelliği karşılaştırılmayarak, genel olarak reklamı yapılan Danette 2’lim adlı ürünün çikolataya göre anneleri nezdinde çocukları için daha iyi ve sağlıklı bir atıştırmalık olacağı mesajı verilmesinin **Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8/1 maddesinin** *“(1) Karşılaştırmalı reklamlar, ancak; (…) d) Karşılaştırılan mal veya hizmetlerin, fiyatı da dahil, bir ya da daha fazla maddi, esaslı, doğrulanabilir ve tipik özelliğinin objektif olarak karşılaştırılması, (…) koşullarıyla yapılabilir.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, “Annelere göre süt” ifadesi ile Danette 2’lim adlı ürün sütle eşdeğer tutularak sütün ikamesi gibi gösterildiği halde ürün içerisinde modifiye nişasta (mısır), kıvam arttırıcılar (ksantan gam, potasyum fosfatlar), aroma verici (vanilya), tuz gibi bileşenlerin bulunması nedeniyle ürünün süt olarak tanıtılmasının tüketicileri yanıltıcı-aldatıcı olduğu görüş ve kanaatine varılarak inceleme konusu reklamların,

- 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 ve “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 maddeleri;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 10 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2015/1132-II**

**Şikayet Edilen: Danone Tikveşli Gıda ve İçecek Sanayi Ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Danone Sütlü Atıştırmalıklar”*** grubunda yer alan ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.04.2015-23.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Danone’den çocuklara özel sütlü atıştırmalıklar” sloganı ile Danone ürünlerine yönelik olarak ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, markette, parkta ve evde yer alan çekimlerde çikolata, cips, kek, bisküvi, meşrubat ve şekerleme gibi muhtelif gıda ürünlerini görerek annesinden isteyen çocuklara yer verildiği, annenin evde masa üstünde ve markette raflarda gösterilen ve çocuklar tarafından ısrarla istenen söz konusu ürünlere olumsuz bir şekilde baktığı, bununla birlikte annenin markette Danone ürünlerinin bulunduğu reyon önünde mutlu bir yüz ifadesi takınması ve rahatlaması, ayrıca evde masanın bir köşesinde yer alan cips, kek, çikolata ve meşrubat çeşitlerine mutsuz bir şekilde bakarken diğer köşede sergilenen Danone ürünlerine bakınca gülümsemesi ile Danone marka atıştırmalık ürünlerini diğer sağlıksız ürünlere tercih ettiği mesajı verildiği, söz konusu mesajın, reklam müziğinde geçen *“Evde, oyunda, parkta canı çeker onun da, alışmasın bunlara abur cubur sonuçta”* sözleri ile Danone ürünleri ekranda görünürken yer alan *“Abur cubur değil onlar, her biri Danone, sütlü atıştırmalıklar, hapır hupur Danone, mis gibi meyveler ve bol bol süt var içinde, ister yesin ister içsin, yepyeni Danone, annelerden çocuklardan onaylıdır hepsi de”* bölümüyle desteklendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Danone’den çocuklara özel sütlü atıştırmalıklar”** sloganı ile Danone sütlü atıştırmalıklar grubundaki ürünlere yönelik olarak 18.04.2015-23.08.2015 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda, markette, parkta ve evde yer alan çekimlerde çikolata, cips, kek, bisküvi, meşrubat ve şekerleme gibi muhtelif gıda ürünlerini görerek annesinden isteyen çocuklara yer verildiği, annenin evde masa üstünde ve markette raflarda gösterilen ve çocuklar tarafından ısrarla istenen söz konusu ürünlere olumsuz bir şekilde baktığı, bununla birlikte annenin markette Danone ürünlerinin bulunduğu reyon önünde mutlu bir yüz ifadesi takınması ve rahatlaması, ayrıca evde masanın bir köşesinde yer alan cips, kek, çikolata ve meşrubat çeşitlerine mutsuz bir şekilde bakarken diğer köşede sergilenen Danone ürünlerine bakınca gülümsemesi ile Danone marka atıştırmalık ürünlerini diğer sağlıksız ürünlere tercih ettiği mesajı verildiği, söz konusu mesajın, reklam müziğinde yer verilen ve sağlıksız olarak gösterilen ürünler ekranda görünürken söylenen *“Evde, oyunda, parkta canı çeker onun da, alışmasın bunlara abur cubur sonuçta”* sözleri ile Danone ürünleri gösterilirken yer alan *“Abur cubur değil onlar, her biri Danone, sütlü atıştırmalıklar, hapır hupur Danone, mis gibi meyveler ve bol bol süt var içinde, ister yesin ister içsin, yepyeni Danone, annelerden çocuklardan onaylıdır hepsi de”* bölümüyle desteklendiği, böylece Danone ürünleri dışında kalan ve atıştırmalık ürünler sınıfında abur cubur olarak nitelendirilen cips, kek, bisküvi, çikolata ve meşrubat gibi ürünlerin çocuklar tarafından tüketilmemesi, bunların yerine ise sağlıklı sütlü atıştırmalıklar olan Danone ürünlerinin anneler tarafında tercih edilmesi gerektiği mesajı ile Danone dışında kalan tüm atıştırmalık ürünlerin kötülendiği, bu ürünleri üreten firmalar aleyhine haksız rekabete yol açıldığı,

İnceleme konusu reklamda, sütlü içeriği ile diğer ürünlerden ayrılan ve kendi içinde dahi farkı standartları bulunan ürünlerin, nitelik olarak tamamen farklı ve her biri ayrı bir tebliğde düzenlenmiş kek, cips, gazlı içecek, meşrubat, şekerleme, çikolata, bisküvi gibi ürünlerle karşılaştırılmasının **Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8/1 maddesinin,** *“(1) Karşılaştırmalı reklamlar, ancak; (…) c) Karşılaştırılan mal veya hizmetlerin* ***aynı nitelikte olması ve*** *aynı istek ya da ihtiyaca cevap vermesi, (…) koşullarıyla yapılabilir.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamda karşılaştırması yapılan gıda ürünlerinin somut ve objektif herhangi bir özelliği karşılaştırılmayarak, genel olarak reklamı yapılan Danette Sütlü Atıştırmalıklar grubundaki ürünlerin diğer ürünlere göre anneleri nezdinde çocukları için daha iyi ve sağlıklı bir atıştırmalık olacağı mesajı verilmesinin **Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 8/1 maddesinin** *“(1) Karşılaştırmalı reklamlar, ancak; (…)d) Karşılaştırılan mal veya hizmetlerin, fiyatı da dahil, bir ya da daha fazla maddi, esaslı, doğrulanabilir ve tipik özelliğinin objektif olarak karşılaştırılması, (…) koşullarıyla yapılabilir.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği görüş ve kanaatine varılarak, inceleme konusu reklamların;

- 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 ve “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 maddeleri;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 10 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Danone Tikveşli Gıda ve İçecek Sanayi Ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **220.220-TL (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2015/1133**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2015-30.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: ***“L’era Fresca”*** marka dondurma ürünlerine yönelik olarak ulusal televizyon kanallarında yayınlanan ve **glikoz şurubu**, **emülgator** ve **renklendiriciyi** temsil eden animasyon karakterlerin yer aldığı kız isteme konulu reklam filminde;

*“- Animasyon karakter: Hadi istee!*

*- Animasyon karakter: Efendim, kızınız Aslı’yı glikoz’a, Öhömm!, oğlumuza istemeye geldik.*

*- Anne: Oğlumuz ne işle meşguller acaba?*

*- Animasyon karakter: Ohooo, çikolata, bisküvi, ekmek, pasta bütün gıda sektörü bizden sorulur anneciğim.*

*- Kız: Biraz L’era Fresca almaz mıydınız acaba?*

*- Animasyon karakter: Almam mıı?*

*- Animasyon karakter: Ben alırım vallaa!*

*- Animasyon karakter: Ne yapıyorsun?*

*Dış ses: Hayatında da dondurmasında da iyileri tercih edenlere, özenle seçilen meyveleriyle leziz sütüyle doğal içeriğiyle iyilik dolu dondurma L’era Fresca, sütlü buz değil dondurma!*

*- Animasyon karakter: Bizi ne çikolatalar, ne dondurmalar istedi de biz varmadık. Sizin L’era Fresca’nıza kalmadık!”* söz düzenine,

Sütlü Buz Limited Şirketi konulu ve yine emülgatör, renklendirici ve glikoz şurubunu temsil eden üç farklı animasyon karakterin yer aldığı reklam filminde ise,

*“- Animasyon karakter: İyi günler, Sütlü Buz Limited Şirketi’nden geliyoruz.*

*- Kız:İlgilenmiyorum.*

*- Animasyon karakter: L’era Fresca yediğinizi görüyorum. Demek ki bir emülgatör, bir renklendirici, bir glikoz şurubu yok hayatınızda! Peki olsun istemez misiniz?*

*-Kız: Hadi canım hadi, başka kapıya!*

*-Dış ses: Hayatında da dondurmasında da iyileri tercih edenlere, özenle seçilen meyveleriyle leziz sütüyle doğal içeriğiyle iyilik dolu dondurma L’era Fresca, sütlü buz değil dondurma!*

*-Animasyon karakter:Glikoz aldığınızda elimde görmüş olduğunuz bu kalemi de… Maksat eğitime katkımız olsun.”* söz düzenine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“L’era Fresca”*** marka dondurma ürünlerine yönelik olarak 08.07.2015-30.08.2015 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan kız isteme konulu reklam filminde, **glikoz şurubu**, **emülgator** ve **renklendiriciyi** temsil eden animasyon karakterlere yer verilerek söz konusu karakterlerin canavar veya mikropmuş gibi canlandırıldığı, Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği ekli listede “Gıdalarda Genel Olarak Kullanımına İzin Verilen Gıda Katkı Maddeleri” başlığı altında yer alan ve dondurma ve sütlü buz ürünleri de dahil olmak üzere gıdalarda belirli oranlarda kullanılmasına yasal mevzuatla izin verilen adı geçen gıda bileşenlerinin insan sağlığı için tehdit oluşturan tehlikeli maddelermiş gibi tanıtılmasıyla tüketicilerin yanıltıldığı, diğer taraftan söz konusu maddelerin sağlığa çok zararlı olduğu iddiası ile tüketicilere yönelik olarak bu bileşenleri içeren gıdaların tüketilmemesi gerektiği mesajı verildiği; reklam filminde emülgatör, renklendirici ve glikoz şurubunu canlandıran karakterlere **“çikolata bisküvi ekmek pasta bütün gıda sektörü bizden sorulur”** ifadeleri söyletilerek gıda sektöründeki tüm firmaların bu katkı maddelerini kullandığı iddiası ile topyekün gıda sektörünün karalandığı, gıda sektöründeki firmaların tüketicilerin sağlığı ile oynadığı, sağlıksız ve kötü ürünler piyasaya sürdüklerinin iddia edildiği, böylece gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıldığı;

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

**“Hayatında da dondurmasında da iyileri tercih edenlere, özenle seçilen meyveleriyle leziz sütüyle doğal içeriğiyle iyilik dolu dondurma L’era Fresca”** ifadeleri ile L’era Fresca dışındaki sütlü buz ve dondurma ürünlerinin iyi olmadığı, kötülük dolu olduğu yönünde negatif bir algı yaratıldığı görüş ve kanaatine varılarak, inceleme konusu reklamların;

- 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 ve “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 maddeleri;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 10 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine,

Diğer taraftan, firma tarafından ***“L’era Fresca”*** markalı dondurmalara yönelik olarak [www.lerafresca.com.tr](http://www.lerafresca.com.tr) adresli internet sitesinin 20.04.2015 tarihli görünümünde ve ürün ambalajı üzerinde yayınlanan reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin ilgili hükümlerine aykırı olduğunun anlaşılması nedeniyle Reklam Kurulu’nun 14.07.2015 tarih ve 238 sayılı toplantısında **Sanset Gıda Turizm San. ve Tic. A.Ş.**’ne idari para cezası verildiği, bu itibarla, yukarıda belirtilen mevzuat hükümlerine aykırı fiilin bir yıl içerisinde tekrar edilmiş olması nedeniyle ve 6502 sayılı Kanunun Ceza Hükümleri başlıklı başlıklı 12 inci maddesinde yer alan *“(12) Bu Kanunun 61 inci maddesinde belirtilen yükümlülüklere aykırı hareket eden reklam verenler, reklam ajansları ve mecra kuruluşları hakkında durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası ve gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbiren durdurma cezası uygulanır. Reklam Kurulu, ihlalin niteliğine göre bu cezaları birlikte veya ayrı ayrı verebilir. Aykırılık; (…)b) Ülke genelinde yayın yapan televizyon kanalı aracılığı ile gerçekleşmiş ise iki yüz bin Türk Lirası, (…) idari para cezası verilir.* ***Reklam Kurulu, idari işleme konu ihlalin bir yıl içinde tekrar edilmesi hâlinde yukarıda belirtilen idari para cezalarını on katına kadar uygulayabilir.****”* hükmüne istinaden, idari para cezasının iki kat olarak **(220.220 x 2 = 440.440-TL** **(Dörtüzkırkbindörtyüzkırk Türk Lirası))** uygulanmasına karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2015/1299**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Pınar yaparsa en güzelini yapar!”*** sloganlı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos-Eylül 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: ***“Pınar Süzme Peynir”*** adlı ürüne yönelik olarak 2015 yılı Ağustos ve Eylül aylarında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve bir markette anne ile çocuğu arasına geçen konuşmaya yer verilen reklam filminde;

*Çocuk: “Süzme peynir almıycaz mı anne?”*

*Anne: “İyisi çıksın alıcaz oğlum”*

*Çocuk: Anne, süzme peynir neden almadık?”*

*Anne: “Yavrum almışken iyisini almayalım mı?”*

*Çocuk: “Anne süzme peynir alalım!”*

*Anne: “Pınar yapsın alıcaz”*

*Çocuk: “Anne Pınar süzme peynir çıktı!”*

*Anne: “Çıksaydı reklamını görürdük oğlum”*

*Çocuk: “Şu anda o reklamın içindeyiz”*

*Anne: “Anlamadım”*

*Çocuk: “Espri yaa, espri”*

*Dış ses: “E Pınar anneleri bilir, Pınar yaparsa en güzelini yapar. Tadıyla, kıvamıyla, Pınar süzme peynir çıktı!”* söz düzeni ile Pınar süzme peynir ile hali hazırda piyasada satılmakta olan diğer süzme peynir ürünleri arasında bir karşılaştırma yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **:** ***“Pınar Süzme Peynir”*** adlı ürüne yönelik olarak 2015 yılı Ağustos ve Eylül aylarında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve bir markette anne ile çocuğu arasına geçen konuşmaya yer verilen reklam filminde;

*Çocuk: “Süzme peynir almıycaz mı anne?”*

*Anne: “İyisi çıksın alıcaz oğlum”*

*Çocuk: Anne, süzme peynir neden almadık?”*

*Anne: “Yavrum almışken iyisini almayalım mı?”*

*Çocuk: “Anne süzme peynir alalım!”*

*Anne: “Pınar yapsın alıcaz”*

*Çocuk: “Anne Pınar süzme peynir çıktı!”*

*Anne: “Çıksaydı reklamını görürdük oğlum”*

*Çocuk: “Şu anda o reklamın içindeyiz”*

*Anne: “Anlamadım”*

*Çocuk: “Espri yaa, espri”*

*Dış ses: “E Pınar anneleri bilir, Pınar yaparsa en güzelini yapar. Tadıyla, kıvamıyla, Pınar süzme peynir çıktı!”* söz düzeni ile Pınar süzme peynir ile hali hazırda piyasada satılmakta olan diğer süzme peynir ürünleri arasında bir karşılaştırma yapıldığı, **“Süzme peynir almıycaz mı anne?”** sorusuna anne tarafından verilen **“İyisi çıksın alıcaz oğlum”**, **“Yavrum almışken iyisini almayalım mı?”** ve **“Pınar yapsın alacağız!”** cevapları ile piyasada satılan diğer süzme peynirlerin iyi olmadığı, kötü ve kalitesiz ürünler olduğu izlenimi yaratılarak diğer marka ürünlerin kötülendiği, bununla birlikte mevcut ürünlerin tüketiciler tarafından beğenilmediği ve satın alınamayacak kadar kötü ve kalitesiz oldukları iması ile annelerin bu ürünleri çocuklarına yedirmemesi gerektiği mesajının verildiği, böylece kötüleme içeren ifade ve yönlendirmeler ile dürüst rekabet ilkeleri ihlal edilerek rakip firmalar ve ürünleri aleyhine haksız rekabet yaratıldığı,

Reklam filminde yer aldığı şekliyle çocuk oyuncunun Pınar marka süzme peyniri ısrarla annesinden istemesinin **Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Çocuklara yönelik reklamlar” başlıklı 24 üncü maddesinin** *“(1) Çocuklara yönelik olan veya çocukları etkileme olasılığı bulunan reklamlar ile çocukların oynadığı reklamlar: (…) ı) Çocukları, bir mal veya hizmeti edinmek için, ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik edemez. (…)”* hükmüne aykırı olduğu görüş ve kanaatine varılarak, inceleme konusu reklamların;

- 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 ve “Gıdalardaki Beslenme ve Sağlık Beyanları Genel Hükümler” başlıklı 40/1 maddeleri;

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

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 10, 24/1-ı ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2015/911**

**Şikayet Edilen: Coca-Cola Meşrubat Pazarlama Danışmanlık San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Aç Bir Coca-Cola”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.05.2015-06.06.2015

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

**Tespitler**: Bir plajda geçen reklam filminde, Özcan Deniz ve Sıla adlı şarkıcılar ile birlikte çok sayıda genç oyuncu tarafından “Aç bir Coca-Cola” isimli şarkı karşılıklı danslar eşliğinde söylenmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** “Coca-Cola” adlı ürüne yönelik olarak televizyon kanallarında, radyo istasyonlarında ve internette yayınlanan **“Aç Bir Coca-Cola”** başlıklı reklamlarda, soğuk bir Coca-Cola’nın sıcak yaz günlerinde serinletme ve ferahlatma özelliğine vurgu yapıldığı, reklam filmindeki konsept ve görsel sunumların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olmadığı görüş ve kanaatine varılarak, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ/DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**32)**

**Dosya No: 2015/1119**

**Şikâyet Edilen: Türk Demir Döküm Fabrikaları A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Türkiye’nin kombisi”*** başlıklı reklamlar

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

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

**Tespitler:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında dış ses tarafından *“Milyonlarca evde Türkiye’nin* ***en çok tercih edilen*** *kombisi”* ve reklam görselinde *“Milyonların tercihi”* ifadesine yer verildiği, bu bilgiye kanıt olarak alt yazıda *“YouGov tarafından 2015’te Türkiye’de toplam 500 tüketiciyle yapılan marka bilinirliği ve marka tercihi araştırma sonucu baz alınmıştır”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında, dış ses tarafından *“Milyonlarca evde Türkiye’nin* ***en çok tercih edilen*** *kombisi”* ifadesine yer verildiği, bu bilgiye kanıt olarak alt yazıda *“YouGov tarafından 2015’te Türkiye’de toplam 500 tüketiciyle yapılan marka bilinirliği ve marka tercihi araştırma sonucu baz alınmıştır”* ifadesine yer verildiğinin görüldüğü, reklamda yer alan *“en çok tercih edilen kombi”* iddiasının kapsamı itibariyle ülke çapında yapılmış somut, objektif ve sayısal ölçümlere dayanması gerektiği, ancak bu hususu kanıtlar nitelikte bir belge sunulamadığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ***“en çok tercih edilen”***ifadesinin şirket tarafından kanıtlamadığı, bu nedenle tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla 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, 7/8, 9/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Türk Demir Döküm Fabrikaları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2015/1050**

**Şikâyet Edilen: Uğur Soğutma Makinaları San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** 2015 yılı ***“Ürün ve fiyat kataloğu”*** ile ***“Ürün tanıtım kitapçığı”***nda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün kataloğu

**Tespitler:** İnceleme konusu, **ürün ve fiyat kataloğunun** 5. sayfasında “S Serisi Derin Dondurucular” başlığı altında yer alan “UCF SG” serisi ve 6. sayfasında yer alan “UDD” serisi ürünlere ilişkin fiyat bilgisi verilmesine ve ürünlerin ilgili mevzuatı gereği enerji etiketlemesine tabi ürünler olmasına rağmen **ürünlerin enerji verimliliği sınıflarının belirtilmediği**, ayrıca **ürün tanıtım kitapçığının** 8. sayfasında yer alan “UCF S” serisi ürünlerle ilgili olarak “düşük enerji tüketimi” ifadesine yer verilmesine rağmen bu ürün grubunun da **enerji verimliliği sınıfının belirtilmediği** tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu, **ürün ve fiyat kataloğunun** 5. sayfasında “S Serisi Derin Dondurucular” başlığı altında yer alan “UCF SG” serisi ve 6. sayfasında yer alan “UDD” serisi ürünlere ilişkin fiyat bilgisi verilmesine ve ürünlerin ilgili mevzuatı gereği enerji etiketlemesine tabi ürünler olmasına rağmen **ürünlerin enerji verimliliği sınıflarının belirtilmediği**, ayrıca **ürün tanıtım kitapçığının** 8. sayfasında yer alan “UCF S” serisi ürünlerle ilgili olarak “düşük enerji tüketimi” ifadesine yer verilmesine rağmen bu ürün grubunun da **enerji verimliliği sınıfının belirtilmediği,** söz konusu kitapçıkların **Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin** yürürlüğe girdiği 10 Ocak 2015 tarihinden önce de piyasada olduğu dikkate alındığında **22.06.2012 tarih ve 28331 sayılı Resmi Gazetede** yayımlanarak yürürlüğe giren **Ev Tipi Soğutma Cihazlarının Enerji Etiketlemesine Dair Tebliğin (SGM-2012/4) “Satıcının yükümlülükleri”** başlıklı 6 ncı maddesinin *“(1) Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünlerin satıcıları;(c) Belirli bir tipteki ev tipi soğutma cihazına yönelik herhangi bir reklamın enerjiye veya fiyata dair bilgi içerdiği durumlarda, enerji verimliliği sınıfını da söz konusu reklamda belirtmek, (…) zorundadır.”* hükmüne aykırılık teşkil ettiği, Yönetmeliğin yürürlüğe girdiği 10 Ocak 2015 tarihinden sonra da kitapçıklarda yer alan tanıtımların mevzuata uygun hale getirilmediğinin anlaşıldığı, bu nedenle söz konusu tanıtımların **Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin “Çevreye ilişkin beyanlar içeren reklamlar”** başlıklı 17. maddesinin 4. fıkrası hükmüne aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

**-** 22.06.2012 tarih ve 28331 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Ev Tipi Soğutma Cihazlarının Enerji Etiketlemesine Dair Tebliğin (SGM-2012/4) 6/1/c maddesi,

**-** 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, 17/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2015/64**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Samsung WD906U4SAWQ”*** ile ***“Samsung WD906U4SAGD”*** model çamaşır makinaları üzerinde yer alan ürün etiketleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün etiketi

**Şikayetçi İddiaları:** Yapılan başvuruda; Ankara’da Taurus AVM’de bulunan ve Portakal Day.

**Tespitler:** Ankara’da Taurus AVM’de bulunan ve Portakal Day. Tük. Mal. İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş. tarafından işletilmekte olan mağazada yer alan ***“Samsung WD906U4SAWQ”*** ile ***“Samsung WD906U4SAGD”*** model çamaşır makinaları üzerinde bulunan tanıtım kartlarında, ürünün enerji sınıfının **“A+++”** olarak gösterildiği, diğer taraftan, Ankara’da Kentpark AVM’de bulunan ve Kutup Paz. ve Tic. A.Ş. tarafından işletilmekte olan mağazada yer alan ***“Samsung WD906U4SAWQ”*** model çamaşır makinası üzerinde bulunan tanıtım kartında, ürünün enerji sınıfının **“A+++”** olarak gösterildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ankara’da Taurus AVM’de bulunan Portakal Day. Tük. Mal. İnş. Tur. San. ve Tic. A.Ş. tarafından işletilmekte olan mağazada yer alan ve Samsung Electronics İstanbul Paz. Ve Tic. Ltd. Şti. tarafından üretilen ***“Samsung WD906U4SAWQ”*** ile ***“Samsung WD906U4SAGD”*** model çamaşır makinaları üzerinde bulunan tanıtım kartlarında, ürünün enerji sınıfının **“A+++”** olarak gösterildiği, ancak diğer tüm belge ve broşürlerde enerji sınıfının **“A”** olduğunun belirtildiği,

Diğer taraftan, Ankara’da Kentpark AVM’de bulunan Kutup Paz. ve Tic. A.Ş. tarafından işletilmekte olan mağazanızda yer alan ve Samsung Electronics İstanbul Paz. Ve Tic. Ltd. Şti. tarafından üretilen ***“Samsung WD906U4SAWQ”*** model çamaşır makinası üzerinde bulunan tanıtım kartında, ürünün enerji sınıfının **“A+++”** olarak gösterildiği, ancak diğer tüm belge ve broşürlerde enerji sınıfının **“A”** olduğunun belirtildiği,

Dolayısıyla; söz konusu tanıtım kartında yer alan ifadelerin tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, bu nedenle anılan reklamların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5 inci, 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 **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/369**

**Şikayet Edilen: Vestel Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vestel.com.tr](http://www.vestel.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Vestel KMP-XXL 8600 L Kurutma Makinesi”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 2015 yılının Şubat ayında [www.vestel.com.tr](http://www.vestel.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Vestel KMP-XXL 8600 L Kurutma Makinesi”*** başlıklı reklamlarda bahsi geçen ürünün 1.039 TL fiyattan satışa sunulduğu ancak aynı sayfada ödeme aşamasına gelindiğinde ürünün stokta bulunmadığı uyarısının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.vestel.com.tr](http://www.vestel.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Vestel KMP-XXL 8600 L Kurutma Makinesi”*** başlıklı reklamlarda bahsi geçen ürünün 1.039 TL fiyattan satışa sunulduğu, başvuru sahibi tüketicinin sahip olduğu puanlar ile alışveriş yapmak istediği, ancak tanıtımında stokta bulunmadığına dair herhangi bir ibare olmayan ürünü satın almak amacıyla ödeme aşamasına kadar gelindiğinde ürünün stokta bulunmadığı uyarısının geldiği, dolayısıyla söz konusu internet sitesinde bahsi geçen ve fiyat bilgisi içeren ürün için stok miktarının yer almamasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların;

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5 inci, 7 nci, 13 üncü ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2015/428**

**Şikayet Edilen: Mais Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Eski Otomobilini Takasa Getir Yepyeni Bir Renault’yu Götür”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, gazete

**Tespitler**: **“Eski Otomobilini Takasa Getir Yepyeni Bir Renault’yu Götür”** başlıklı reklamlarda; *“Eskiyi getirin yeniyi götürün. Eski Renault’unuzu değiştirmek hiç bu kadar kolay olmamıştı. Vadenizin bitiminden önce yetkili satıcınız aracınızı yenilemeniz için cazip tekliflerini sunacak. Yeni Renault’unuzu dilerseniz yine Renault plan ile dilerseniz klasik Renault finans kredisi ile alabilirsiniz.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “Eski Otomobilini Takasa Getir Yepyeni Bir Renault’yu Götür”**başlıklı reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından anılan reklamların 6502 sayılı Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2015/1223**

**Şikayet Edilen: Medyasarf Bilgisayar Gıda İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Microsoft Arc Touch Bluetooth Mouse”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25/08/2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Microsoft Arc Touch Bluetooth Mouse”*** başlıklı reklamlarda; *“Microsoft Arc Touch Bluetooth Mouse 7MP – 00004 189,90 TL (…) Esnek Tasarım … Kullanırken kavisli, taşırken yassı, elinize ve mobil yaşam tarzınıza mükemmel uyum (…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 25.08.2015 tarihinde [www.gittigidiyor.com](http://www.gittigidiyor.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Microsoft Arc Touch Bluetooth Mouse”*** başlıklı reklamlarda, tanıtımı yapılan ürünün yalnızca Windows 8 Bluetooth 4.0 özellikli aygıtlarla uyumlu olduğu bilgisine yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, dolayısıyla tüketicileri yanıltıcı nitelikte olan söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Medyasarf Bilgisayar Gıda İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2015/1263**

**Şikayet Edilen: General Motors Türkiye Ltd. Şti. (Opel Türkiye)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.opel.com.tr](http://www.opel.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Opel Insignia 1.6 Dizel Otomatik”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01/09/2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.opel.com.tr](http://www.opel.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Opel Insignia 1.6 Dizel Otomatik”*** başlıklı reklamlarda *“Opel Insignia Birinci Sınıf 1.6 Dizel Otomatik (…) 1.6 CDTI Dizel Otomatik (…)* ***Opel Insignia Sedan Anahtar Teslim Perakende 82.900,00 TL****”* şeklinde ifadelere yer verildiği, diğer taraftan, aynı internet sitesinde yer alan 2015 Model Yılı Araçlarla İlgili Tavsiye Edilen Perakende Fiyat Listesi’nde söz konusu 1.6 benzinli motor özelliği bulunan model için dahi bu fiyatın geçerli olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.opel.com.tr](http://www.opel.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Opel Insignia 1.6 Dizel Otomatik”*** başlıklı reklamlarda *“Opel Insignia Birinci Sınıf 1.6 Dizel Otomatik (…) 1.6 CDTI Dizel Otomatik (…)* ***Opel Insignia Sedan Anahtar Teslim Perakende 82.900,00 TL****”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak söz konusu tanıtımlarda yer alan fiyattan faydalanmak isteyen tüketiciye bu fiyatın benzinli motor özelliği bulunan model için geçerli olduğu bilgisinin verildiği, diğer taraftan, aynı internet sitesinde yer alan 2015 Model Yılı Araçlarla İlgili Tavsiye Edilen Perakende Fiyat Listesi’nde söz konusu 1.6 benzinli motor özelliği bulunan model için dahi bu fiyatın geçerli olmadığı, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı nitelikte olan söz konusu reklamların;

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5 inci, 7 nci, 13 üncü ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **General Motors Türkiye Ltd. Şti. (Opel Türkiye)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**39)**

**Dosya No: 2015/1034**

**Şikayet Edilen: Ovacık İnş. Emlak Tar. Müh. Tur. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti. (Zehra Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Zehra Hotel”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.zehraotel.com](http://www.zehraotel.com) adresli internet sitesinde ve “*Semerkand Radyo”* logosuyla yayın yapan radyo kanalında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan **-** Mayıs 2015,01.07.2015, 17.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, radyo

**Tespitler:** Ovacık İnş. Emlak Tar. Müh. Tur. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti.’yeait *“Zehra Hotel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.zehraotel.com](http://www.zehraotel.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“Ölüdenizin 4 yıldızlı tek alternatif oteli”*** ve ***“Deluxe Hotel”*** şeklinde ifadelere; *“Semerkand Radyo”* isimli radyo kanalında yayınlanan reklamlarda ise, ***“Bundan böyle tatile Fethiye Ölüdeniz’e… 4 yıldızlı konfor, bay bayan ayrı havuzları ile İslami hassasiyetinize uygun Zehra Otel bu yaz sizleri bekliyor.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” ve “Deluxe Hotel”olarak reklamının yapıldığı; diğer taraftan söz konusu internet sitesinde otelin konumuna ilişkin olarak ***“(…)Ölüdeniz’e otelimizin uzaklığı 3,5 km mesafede bulunmaktadır.”*** şeklinde bir bilgilendirmeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Zehra Hotel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.zehraotel.com](http://www.zehraotel.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“Ölüdenizin 4 yıldızlı tek alternatif oteli”*** ve ***“Deluxe Hotel”*** şeklinde ifadelere; *“Semerkand Radyo”* isimli radyo kanalında yayınlanan reklamlarda ise, ***“Bundan böyle tatile Fethiye Ölüdeniz’e… 4 yıldızlı konfor, bay bayan ayrı havuzları ile İslami hassasiyetinize uygun Zehra Otel bu yaz sizleri bekliyor.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle “4 Yıldızlı Otel” ve “Deluxe Hotel”olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Ovacık İnş. Emlak Tar. Müh. Tur. Tic. İth. İhr. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2015/1168**

**Şikayet Edilen: First Class Otel Turizm A.Ş. (Hotel First Class)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hotel First Class”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.hotelfirstclass.com](http://www.hotelfirstclass.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelalarda yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.09.2014, 28.11.2014, 10.06.2015, 23.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** First Class Otel Turizm A.Ş.’yeait *“Hotel First Class”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.hotelfirstclass.com](http://www.hotelfirstclass.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelalarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Hotel First Class”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.hotelfirstclass.com](http://www.hotelfirstclass.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelalarda *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**41)**

**Dosya No: 2015/885**

**Şikayet Edilen: Büyük Bayburt Otel Tur. Enrj. Oto. İnş. Taş. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (Büyük Bayburt Oteli)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Büyük Bayburt Oteli”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.buyukbayburtotel.com](http://www.buyukbayburtotel.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde, *“Bayburt Gündem”* isimli gazetenin Temmuz 2015 tarihli baskısında, tesise ait tabela ve broşürlerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.05.2015, 02.06.2015, 27.07.2015

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

**Tespitler:** Büyük Bayburt Otel Tur. Enrj. Oto. İnş. Taş. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Büyük Bayburt Oteli”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.buyukbayburtotel.com](http://www.buyukbayburtotel.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde, *“Bayburt Gündem”* isimli gazetenin Temmuz 2015 tarihli baskısında, tesise ait tabela ve broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Büyük Bayburt Oteli”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.buyukbayburtotel.com](http://www.buyukbayburtotel.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde, *“Bayburt Gündem”* isimli gazetenin Temmuz 2015 tarihli baskısında, tesise ait tabela ve broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 **Büyük Bayburt Otel Tur. Enrj. Oto. İnş. Taş. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2014/1762**

**Şikayet Edilen: Akın Mfh Otelcilik Gıda Tur. Org. İnş. San. Tic. Ltd. Şti. (Akın Paradise Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Akın Paradise Otel”***isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Akın Mfh Otelcilik Gıda Tur. Org. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Akın Paradise Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, tesisin tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Akın Paradise Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, tesisin tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan broşürlerde *“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 **Akın Mfh Otelcilik Gıda Tur. Org. İnş. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2015/1082**

**Şikayet Edilen: Cici Turizm Seyahat Tic. ve San. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Cici Turizm Seyahat Tic. ve San. Ltd. Şti.’yeait [www.ciciturizm.com](http://www.ciciturizm.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“HAVA ALANI SERVİSLERİ; ANKARA-ANTALYA-KAYSERİ HAVAALANLARI 30 € (Euro)” , “HAVA ALANI SERVİSLERİ (…) KONYA HAVAALANI 30 TL. 7 Gün 24 Saat (…) 48 Saat önceden aramanız yeterli...”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ciciturizm.com](http://www.ciciturizm.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“HAVA ALANI SERVİSLERİ; ANKARA-ANTALYA-KAYSERİ HAVAALANLARI 30 € (Euro)”*** ifadelerine yer verildiği, ancak yürürlükte bulunan mevzuat gereği tanıtımı yapılan mal veya hizmetlere ilişkin olarak tüketicilerin bilgisine sunulan satış fiyatlarının “Türk Lirası” şeklinde belirtilmesi zorunlu olduğundan, söz konusu reklamda tanıtımı yapılan hizmetin satış fiyatının yabancı para cinsiyle ifade edilmesinin ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu;

Diğer taraftan, söz konusu firma tarafından yalnızca belirli saatlerde havaalanı servis hizmeti verilmesine karşın, [www.ciciturizm.com](http://www.ciciturizm.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“HAVA ALANI SERVİSLERİ (…) KONYA HAVAALANI 30 TL. 7 Gün 24 Saat (…) 48 Saat önceden aramanız yeterli...”*** ifadelerine yer verilerek ortalama tüketiciler nezdinde anılan firma tarafından 7 gün 24 saat havaalanı servis hizmeti verildiği algısı yaratıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda, ***“7 gün 24 saat”*** ifadesinin havaalanı servis hizmetine ilişkin olup olmadığı hususunda yeterince açık ve anlaşılır ifadelere yer verilmeyerek anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, tüm bu durumların da;

- 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, 13/1, 13/2, 13/3, 13/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2015/1081**

**Şikayet Edilen: Lüks Karaman Yıldırımlar Seyahat Oto. Giyim İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Lüks Karaman Yıldırımlar Seyahat Oto. Giyim İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait [www.birerturizm.com](http://www.birerturizm.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“HAVAALANI SEFERLERİ (…) ANTALYA HAVAALANI 30 € ANKARA HAVAALANI 30 €” , “HAVALANI SEFERLERİ; Arayın, Sizleri Adresinizden Alalım Havaalanına Bırakalım. Havaalanından Alalım, Adresinize Kadar Güvenli Bir Şekilde Bırakalım. (…) 7/24 HİZMETİNİZDEYİZ”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.birerturizm.com](http://www.birerturizm.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“HAVAALANI SEFERLERİ (…) ANTALYA HAVAALANI 30 € ANKARA HAVAALANI 30 €”*** şeklindeifadelere yer verildiği, ancak yürürlükte bulunan mevzuat gereği tanıtımı yapılan mal veya hizmetlere ilişkin olarak tüketicilerin bilgisine sunulan satış fiyatlarının “Türk Lirası” şeklinde belirtilmesi zorunlu olduğundan, söz konusu reklamda tanıtımı yapılan hizmetin satış fiyatının yabancı para cinsiyle ifade edilmesinin ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu;

Diğer taraftan, söz konusu firma tarafından yalnızca belirli saatlerde havaalanı seferleri düzenlenmesine karşın, [www.birerturizm.com](http://www.birerturizm.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“HAVALANI SEFERLERİ; Arayın, Sizleri Adresinizden Alalım Havaalanına Bırakalım. Havaalanından Alalım, Adresinize Kadar Güvenli Bir Şekilde Bırakalım. (…) 7/24 HİZMETİNİZDEYİZ”*** ifadelerine yer verilerek ortalama tüketiciler nezdinde anılan firma tarafından 7 gün 24 saat havaalanı seferleri düzenlendiği algısı yaratıldığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda, ***“7 gün 24 saat”*** ifadesinin havaalanı seferlerine ilişkin olup olmadığı hususunda yeterince açık ve anlaşılır ifadelere yer verilmeyerek anlam karışıklığına yol açmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, tüm bu durumların da;

- 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, 13/1, 13/2, 13/3, 13/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lüks Karaman Yıldırımlar Seyahat Oto. Giyim İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2015/1083**

**Şikayet Edilen: Semai Turizm Seyahat Acentacılığı ve Otelcilik Tic.** **Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Semai Turizm Seyahat Acentacılığı ve Otelcilik Tic. Ltd. Şti.’yeait [www.semaiturizm.com.tr](http://www.semaiturizm.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“ANTALYA Havaalanı Servisi 30 €” , “ARTIK KONYA HAVA ALANI 30TL – 10€ /KONYA TRENGARI 30 tl / ANTALYA HAVA ALANI 30€” , “Uygun fiyat ve kalite bir yolculuk için en ideal tercih olan Semai Turizm, müşterileri için her zaman kaliteyi ön planda tutmaktadır.” , “24/7”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.semaiturizm.com.tr](http://www.semaiturizm.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“ANTALYA Havaalanı Servisi 30 €” , “ARTIK KONYA HAVA ALANI 30TL – 10€ (…) ANTALYA HAVA ALANI 30 €”*** ifadelerine yer verildiği, ancak yürürlükte bulunan mevzuat gereği tanıtımı yapılan mal veya hizmetlere ilişkin olarak tüketicilerin bilgisine sunulan satış fiyatlarının “Türk Lirası” şeklinde belirtilmesi zorunlu olduğundan, söz konusu reklamda tanıtımı yapılan hizmetin satış fiyatının yabancı para cinsiyle ifade edilmesinin ilgili mevzuata aykırı ve tüketicileri 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 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 13/1, 13/2, 13/3, 13/4 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Semai Turizm Seyahat Acentacılığı ve Otelcilik Tic.** **Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2015/1164**

**Şikayet Edilen: Dervişoğlu Tur. Tic. ve San. A.Ş.**(**Özgür Bey Spa Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Özgür Bey Spa Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) ve ozgurbeyspahotel.com adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** *“Özgür Bey Spa Hotel”* isimli tesisin, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve ozgurbeyspahotel.com adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Özgür Bey Spa Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [ozgurbeyspahotel.com](http://www.kaliptusotelkemer.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Dervişoğlu Tur. Tic. ve San. A.Ş.**hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2015/1157**

**Şikayet Edilen: Özalp Grand İnş. Tur. Mad. Taş. Dış. Tic. İth. İhr. San. Ltd. Şti.**(**Özalp Grand Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Özalp Grand Otel”*** isimli tesise ait buklet malzemelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Buklet malzemeleri

**Tespitler:** *“Özalp Grand Otel”* isimli turizm işletmesine ait buklet malzemelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Özalp Grand Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait buklet malzemelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 **Özalp Grand İnş. Tur. Mad. Taş. Dış. Tic. İth. İhr. San. 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: 2015/1137**

**Şikayet Edilen: Hakan TURAN** (**Şima Pansiyon)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Şima Pansiyon”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.simahotel.com](http://www.simahotel.com) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela ve broşürlerde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2015

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

**Tespitler:** *“Şima Pansiyon”* isimli tesisin, [www.simahotel.com](http://www.simahotel.com) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela ve broşürlerde “*Şima Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Şima Pansiyon”* isimli tesise ilişkin olarak, ilgili Belediye tarafından düzenlenen İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatında faaliyet konusunun *“Pansiyon- içkili cafe- bar”* şeklinde belirtilmiş olmasına karşın, [www.simahotel.com](http://www.simahotel.com) adresli internet sitesinin 06.08.2015 tarihli görünümünde, tesise ait tabela ve broşürlerde “*Şima 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 **Hakan TURAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2015/1162**

**Şikayet Edilen: Ay Havacılık Yat. İşl. Tur. İnş. ve Tic. Ltd. Şti.** (**Side Sungate Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Side Sungate Hotel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.sidesungate.com](http://www.sidesungate.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** *“Side Sungate Hotel”* isimli turizm işletmesinin [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.sidesungate.com](http://www.sidesungate.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada *“5 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Side Sungate Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.sidesungate.com](http://www.sidesungate.com) adresli internet sitelerinin 27.08.2015 tarihli görünümlerinde ve tesise ait tabelada *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Ay Havacılık Yat. İşl. Tur. İnş. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2015/1163**

**Şikayet Edilen: Akay İnş. Tur. Otel. ve Yat. A.Ş.** (**Dragos Beach Otel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

**Değerlendirme/Karar:***“Dragos Beach Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 26.08.2015 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 **Akay İnş. Tur. Otel. ve Yat. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2015/1159**

**Şikayet Edilen: Ahmet YEŞİLIRMAK.** (**Yeşilırmak Merit Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Yeşilırmak Merit Otel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde, te yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2015

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

**Tespitler:** *“Yeşilırmak Merit Otel”* isimli tesisin, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.otelz.com](http://www.otelz.com) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela ve broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Yeşilırmak Merit Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinin 27.08.2015 tarihli görünümlerinde, tesise ait tabela ve broşürlerde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 YEŞİLIRMAK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2015/1160**

**Şikayet Edilen: Pirat Turistik İşl. ve Yat. Ltd. Şti.** (**Hotel Pirat)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

**Değerlendirme/Karar:** *“Hotel Pirat”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 26.08.2015 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 **Pirat Turistik İşl. ve Yat. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2015/1161**

**Şikayet Edilen: Ünsal Tur. ve Otel. Ltd. Şti.** (**Kulube Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Kulube Hotel”* isimli tesisin, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“2 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Kulube Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“2 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 **Ünsal Tur. ve Otel. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**EĞİTİM**

**54)**

**Dosya No: 2015/931**

**Şikayet Edilen: MRC Özel Güvenlik ve Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** **“*Devlete alınacak 50000 koruma memurundan biri olmak için bize başvuruda acele edin”*** ifadelerini içeren afişler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait afişlerde; “*Devlete alınacak 50000 koruma memurundan biri olmak için bize başvuruda acele edin.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda, ; “*Devlete alınacak 50000 koruma memurundan biri olmak için bize başvuruda acele edin.”* ifadesine yer verildiği, kamu kurumlarına personel alımının hangi kurumlar tarafından nasıl gerçekleştirileceğinin kanunlar ve diğer mevzuatlarla düzenlendiği, söz konusu afişlerde bahsi geçen konu ile ilgili mevzuatta herhangi bir hüküm bulunmadığı, bunun yanında özel güvenlik eğitim kurumlarının da böyle bir yetkisinin olmadığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanlış yönlendirici olduğu ve bu durumun;

- 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, 7/5-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**ENERJİ**

**55)**

**Dosya No: 2015/1234**

**Şikayet Edilen: KGM Enerji Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait internet sitesi ve broşürlerde yer alan tanıtımlarda; “*%100 Devlet Güvencesi… TEK Türkiye’yi elektrik kullanımında yepyeni bir anlayışla tanıştırıyor. … Yenilikçi kullanım paketleriyle elektriğe daima en avantajlı, en tasarruflu ve en akılcı fiyatlarla ulaşmanızı sağlayarak Türkiye’yi aydınlatıyor”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İlgili firma tarafından gerçekleştirilen tanıtımlarda, *“%100 Devlet* *Güvencesi”* ifadesine yer verildiği, ancak elektrik piyasasında faaliyet gösteren tedarikçilerin tamamen özel hukuk hükümlerine göre faaliyet gösterdiği; aynı şekilde, tedarikçiler ile tüketiciler arasında, elektrik enerjisinin alınıp satılması amacıyla kurulan ikili anlaşmaların da özel hukuk hükümlerine tabi olduğu ve sözleşmede yer alan fiyat, süre gibi unsurların taraflarca kararlaştırıldığı; bu nedenle sunulan hizmetin sürekliliği veya kalitesiyle ilgili sorumluluğun ve riskin bu firmalara ait olduğu; yani Devlet tarafından bu yönüyle herhangi bir güvence ya da garanti verilmediği; diğer taraftan *“Yenilikçi kullanım paketleriyle elektriğe daima en avantajlı, en tasarruflu ve en akılcı fiyatlarla ulaşmanızı sağlayarak Türkiye’yi aydınlatıyor”* ifadelerine yer verilerek, rakip firmalarla kıyaslama yapıldığı algısının oluşturulduğu;

Dolayısıyla söz konusu reklamlarda tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edilerek yanıltıldığı, 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, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/4 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**56)**

**Dosya No: 2014/1723**

**Şikayet Edilen: Sahibinden Bilgi Teknolojileri Paz. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinin tanıtımına yönelik olarak muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014, 07.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava ilanı, dergi

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından ***“Ayda 28 milyon kişiyle buluşabileceğiniz tek adres”*** sloganı ile yapılan tanıtımlarda yer alan dipnot metninde ***“IAB Gemius Mayıs 2014 verilerine göre sahibinden.com’a 28,8 milyon tekil ziyaretçi geldi.”*** şeklinde ifadelerin yer aldığı konseptin, muhtelif mecralarda yer alan açık hava ilanlarında, tramvay ve otobüs giydirmelerinde kullanıldığı; bununla birlikte, aynı konseptin muhtelif dergilerde ***“Aracınızı bir ayda 28 milyon kişiye göstermenin tek yolu sahibinden.com”*** sloganı ile yapılan tanıtımlarda, *“sahibinden.com, ayda 28 milyon kişi tarafından ziyaret ediliyor. Siz de aracınızı satmak için sahibinden.com’a ilan verin, aracınızı milyonlara gösterin”* ifadeleri ile; ***“Teknenizi bir ayda 28 milyon kişiye göstermenin tek yolu sahibinden.com”*** sloganı ile yapılan tanıtımlarda, *“sahibinden.com, ayda 28 milyon kişi tarafından ziyaret ediliyor. Siz de teknenizi satmak için sahibinden.com’a ilan verin, teknenizi milyonlara gösterin”* ifadeleri ile; ***“Evinizi bir ayda 28 milyon kişiye göstermenin tek yolu sahibinden.com”*** sloganı ile yapılan tanıtımlarda, *“sahibinden.com, ayda 28 milyon kişi tarafından ziyaret ediliyor. Siz de evinizi satmak için sahibinden.com’a ilan verin, evinizi milyonlara gösterin”* ifadeleri ile;  ***“Kullanmıyorsanız, saklamayın. Satın, kazanın!”*** sloganı ile yapılan tanıtımlarda, *“Birgün takarım dediğiniz ama hiç takmadığınız o çantaları boşuna saklamayın. Ayda 28 milyon kişinin ziyaret ettiği sahibinden.com’da kolayca satın. Yeni sahibinin işine, sizin de cebinize yarar”* ifadeleri ile; ***“Ayda 28 milyon ziyaretçimiz var. O kadar farkımız olsun!”***sloganı ile yapılan tanıtımlarda, *“Marketing Türkiye dergisinin DORinsight’a yaptırdığı araştırmaya göre, sahibinden.com otomobil kategorisinde %69’luk bir payla, emlak kategorisinde %59’luk bir payla en beğenilen marka seçildi. sahibinden.com’u en yakın rakiplerinden kat kat ileri taşıyan 28 milyon ziyaretçimize teşekkür ederiz”* ifadeleri ile; ***“Ayda 28 milyon ziyaretçimiz var. O kadar farkımız olsun!”***sloganı ile yapılan tanıtımlarda, *“Marketing Türkiye dergisinin DORinsight’a yaptırdığı araştırmaya göre, sahibinden.com otomobil kategorisinde %69’luk bir payla, en beğenilen marka seçildi. sahibinden.com’u en yakın rakiplerinden kat kat ileri taşıyan 28 milyon ziyaretçimize teşekkür ederiz”* ifadeleri ile; ***“Ayda 28 milyon ziyaretçimiz var. O kadar farkımız olsun!”***sloganı ile yapılan tanıtımlarda ise,*“Marketing Türkiye dergisinin DORinsight’a yaptırdığı araştırmaya göre, sahibinden.com emlak kategorisinde %59’luk bir payla en beğenilen marka seçildi. sahibinden.com’u en yakın rakiplerinden kat kat ileri taşıyan 28 milyon ziyaretçimize teşekkür ederiz”* ifadeleri ile kullanıldığı; ayrıca ***“30 milyon olduk! Ayda 30 milyonun üzerinde ziyaretçisiyle Türkiye’nin buluşma noktası”*** sloganı ile yapılan tanıtımlarda yer alan ***“IAB Gemius Eylül 2014 verilerine göre sahibinden.com’a 30,1 milyon tekil ziyaretçi geldi.”*** şeklinde ifadelerin yer aldığı konseptin, muhtelif mecralarda yer alan açık hava ilanlarında, tramvay ve otobüs giydirmelerinde kullanıldığı; bununla birlikte, [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinin 07.01.2015 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda, ***“Emlak ve otomobil alım/satım kategorilerinde açık ara lideriz”, “Emlakta tüm kategorilerde birinciyiz”, “E-ticaret siteleri kullanım araştırması” sonuçlarına göre “emlak” kategorisinde yüzde 59 payla en çok beğenilen marka olarak bu alandaki liderliğimizi bir kez daha pekiştirdik. Marka memnuniyeti, siteye duyulan güven, ürün ve marka çeşitliliği, kullanım kolaylığı ve site görünümü kategorilerinin tümünde de yine birinci sırada yer aldık”, “Otomobil alım/satım” kategorisi sonuçlarına bakıldığında ise yüzde 69 payla açık ara en çok beğenilen marka olduk. Kullanıcı memnuniyeti kategorisinde ise yüzde 90 gibi çarpıcı bir oranla birinci sıraya yerleştik. Araştırmaya göre her iki kişiden birinin ‘güven’ kriteri ile özdeşleştirdiği otomobil alanında da liderliğimizi bir kez daha göstermiş olduk”*** şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinin tanıtımına yönelik olarak yayınlanan inceleme konusu reklamlarda, ***“Ayda 28 milyon kişiyle buluşabileceğiniz tek adres” , “Ayda 28 milyon kişinin buluşma noktası” , “Ayda 28 milyon ziyaretçimiz var” , “30 milyon olduk! Ayda 30 milyonun üzerinde ziyaretçisiyle Türkiye’nin buluşma noktası”*** şeklinde ifadelere yer verilerek anılan internet sitesinin 28 milyon ve 30 milyon farklı kişi tarafından ziyaret edildiği izlenimi uyandırılmakla birlikte, söz konusu reklamların dipnotunda, ***“IAB Gemius Mayıs 2014 verilerine göre sahibinden.com’a 28,8 milyon tekil ziyaretçi geldi.”, “IAB Gemius Eylül 2014 verilerine göre sahibinden.com’a 30,1 milyon tekil ziyaretçi geldi.”*** ifadelerine yer verilerek, reklam sloganında yer alan “kişi” ve “ziyaretçi” ibareleri ile kastedilenin IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması ölçütlerinden olan ve belirli tarihlerde belirli bir siteyi ziyaret eden çerez (cookie) sayısı olarak ifade edilen “tekil ziyaretçi” olduğu hususu vurgulanmak suretiyle tüketicilere gerekli bilgilendirmenin yapıldığı; bununla birlikte IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması kapsamında, [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinin tüm platformlar dahilindeki toplam UV (tekil ziyaretçi) sayısının Mayıs 2014’te yayınlanan rapor sonuçlarına göre 27.752.073; Eylül 2014’te yayınlanan rapor sonuçlarına göre 28.321.878 olduğu, inceleme konusu reklamlarda bahsi geçen “28,8 milyon” ve “30,1 milyon” rakamlarının ise sitelerin kendi toplam trafiklerini 1 saat gecikmeli olarak izleyebildikleri Gemius Traffic ara yüzünden alındığı, söz konusu ara yüzde her sitenin toplam sayfa gösterim sayıları, çerez sayıları ve ziyaret sayılarının görüntülendiği, araştırma kapsamında yayınlanan resmi raporlardan farklı olarak bu ara yüzde görüntülenen rakamların yurtdışı kaynaklı ve iframe kaynaklı çerezleri de içerdiği, resmi raporların ise bunlar filtrelenerek yayınlandığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda açıklanan rakamlar ile IAB Türkiye İnternet Ölçümleme Araştırması kapsamında açıklanan rakamlar arasındaki farklılığın bu durumdan kaynaklandığı tespit edildiğinden, söz konusu reklamlarda gerçeği yansıtmayan ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı, dürüst rekabet ilkelerine aykırı davranıldığı ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıldığı şeklindeki iddiaların kabul edilemeyeceği anlaşılmış ve anılan reklamların mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesine ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2015/831**

**Şikayet Edilen:** **BNR TEKNOLOJİ A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“HOPİ”*** adlı uygulamaya ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2015

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

**Tespitler:** Bahsi geçen mecralardan sadece Gazete’de; *“Altınyıldız classics kampanyası 31 Mayıs 2015 tarihine kadar geçerlidir. Avis kampanyası 2 Haziran 2015 tarihine kadar geçerlidir. Beymen kampanyası…Teklifte belirtilen katlı paracık baremleri maksimum katlanabilecek paracık miktarıdır. Tek seferde seçili ürünlerde yapılan alışverişlerde geçerlidir. Kampanyada satın alınan ürün/hizmet iade edilir/değiştirilirse kazanılan paracık, varsa paracık bakiyesinden aksi durumda iade edilen ürün/hizmet bedelinden mahsup edilerek geri alınır. Ödül puanı paracıklar alışverişlerde 1 paracık 1 TL değerinde kazanılır/kullanılır. Hopi işyerleri ürünleri ve/veya kampanyaları itibariyle kazanım/kullanım için farklı değerler uygulayabilir, bazılarında geçerli olmayabilir, asgari alışveriş tutarı gerekebilir. Hopi paracık kurallarını değiştirebilir, uygulamayı sonlandırabilir. Paracıklar takriben 24 saat içinde kullanılabilir hale gelir, en geç 1 yıl içinde kullanılmalıdır. Önceden verilen 25 hediye Paracık’ın son kullanım tarihi 02.06.2015’tir, kendi kullanım koşullarına tabidir. Hopi kampanya koşul, süre ve kapsamını değiştirme hakkını saklı tutar. Detaylar hopi.com.tr’de.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan Gazete’de yukarıda bahsi geçen şekilde ifadelere yer verilmek sureti ile incelemeye alınan söz konusu reklamın yayınlandığı diğer başka mecralarda **“25 tl hediye paracık’ın”** en önemli kullanım koşulu ve ana vaat niteliğinde esaslı bilgisi olan **“www.morhipo.com adresli e-ticaret sitesinde alt limit olmadan kullanılamayacağı”** hususunun verildiği ve fakat Gazete mecrasında yer alan dipnotta birçok firmaya ilişkin detaylı bilgi verilmesine rağmen bu hususun yer almadığı, kazanılan paracık puanlara ilişkin olarak asgari alışveriş tutarı gerekebileceği bilgisinin verildiği ve fakat 1 milyon kişiye hediye edilen 25 TL paracık puan için aynı algının yaratılmadığı, bu kadar detay bilgi veren firmanın anılan detaya da yer vermesi gerektiği (kaldı ki diğer mecralarda bu detay belirtilmiştir) bu nedenle salt gazete mecrasında tüketicilere eksik bilgi verildiği anlaşılmıştır.

Dolayısıyla yukarıda bahsi geçen bu durumun;

- 10.01.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 15, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **BNR Teknoloji A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2015/965**

**Şikayet Edilen:** **Modanisa Elektronik Mağazacılık ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Modanisa” markasına ilişkin olarak ***“Dünyanın en popüler muhafazakar moda sitesi"***” ve ***"’En güvenilir e-ticaret sitesi"*** ifadelerini içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2015

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

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *“Gerçek Müşteriler, gerçek memnuniyet. Siz değerli müşterilerimizin oyları ile Türkiye’nin en güvenilir e-ticaret sitesi olduk!...12.217 tavsiye ile Türkiye’nin Güven Rehberi’nde en çok tavsiye edilen e-ticaret şirketi…Dünyanın 1 numaraları islami giyim e-ticaret sitesiyiz!...”* gibi ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde ve diğer mecralarda yapılan tanıtımlar değerlendirilmiş olup;

[www.modanisa.com](http://www.modanisa.com) adresli internet sitesinin 20.06.2015 tarihli görünümünde; *“Gerçek Müşteriler, gerçek memnuniyet. Siz değerli müşterilerimizin oyları ile Türkiye’nin en güvenilir e-ticaret sitesi olduk!...12.217 tavsiye ile Türkiye’nin Güven Rehberi’nde en çok tavsiye edilen e-ticaret şirketi…Dünyanın 1 numaraları islami giyim e-ticaret sitesiyiz!...”* şeklinde yer verilen ifadelerin ispatlanamadığı,

GÜVEN REHBERİ BİLGİ TEKNOLOJİLERİ A.Ş.’ye ait [www.guvenrehberi.com](http://www.guvenrehberi.com) adresli internet sitesi üzerinden yapılan değerlendirme sonucunda Modanisa firmasının güvenilir mağaza/müşteri memnuniyeti sertifikası almaya hak kazandığı, ve fakat Güven Rehberi’nin *“tüketicilerin alışveriş deneyimlerini paylaştıkları topluluk odaklı, açık ve şeffaf bir platform”* olduğu, hukuken kabul edilebilir delil niteliğinde bir bağımsız araştırma şirketi olmadığı,

Kaldı ki Güven Rehberi firması tarafından sadece “güvenilir mağaza/müşteri memnuniyeti sertifikası” almaya hak kazanıldığı, ancak Modanisa firması tarafından [www.modanisa.com](http://www.modanisa.com) adresli internet sitesinin 20.06.2015 tarihli görünümünde; *“Gerçek Müşteriler, gerçek memnuniyet. Siz değerli müşterilerimizin oyları ile Türkiye’nin* ***en güvenilir*** *e-ticaret sitesi olduk!...”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle en güvenilir e-ticaret sitesi olduklarının iddia edildiği,

Diğer yandan anılan tarihte 12.217, daha sonraki tarihte artarak 15319 yorum aldıkları, memnuniyetin ise 10 üzerinden 8,9 olduğu, fakat bu değerlendirme şeklinin adil bir yöntem olmadığı, tüketicilerin aklına gelen firma için girip yorum yapabileceği, eşit şartlarda tüm firmaların yer aldığı bir anketten Modanisa firmasını seçip işaretlemedikleri, dolayısıyla diğer e-ticaret siteleriyle ilgili yorumlarının bilinemeyeceği, salt yorum sayısından yola çıkılarak bu ölçümleme yöntemi ile *“en çok tavsiye edilen e-ticaret sitesi”* bilgisinin tüketicilere aksettirilmesinin yanıltıcı olacağı,

Bir diğer yandan THOMAS REUTERS ve DİNAR STANDARD araştırma şirketleri tarafından Ocak 2015’te yayınlanan Global Islamic Economic Report 2014-2015’de *“Dünyanın 1 numaralı islami moda e-tic. sitesi”* olarak yer aldıkları; ancak anılan internet sitenizde kısmi olarak yer alan görüntü ile raporun aslı karşılaştırıldığında; Rapor’da dünyadaki en popüler e-ticaret sitelerin isimlerinin verildiği, Modanisa’nın en popüler 25 sitenin içinde 1 nci olduğu hususuna Rapor’da rastlanılmadığı ve fakat Modanisa’nın internet sitesinin listede ilk sıraya denk gelmesi fırsatından yararlanılarak tüketicilere bu yönüyle yanıltıcı bilgi verildiği anlaşılmıştır.

Dolayısıyla yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **Modanisa Elektronik Mağazacılık ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2015/1080**

**Şikâyet Edilen: Özelcan Anadolu Kuaför Malzemeleri Mobilya Dekorasyon Taahhüt Tic.ve San. Ltd. Şti. (BABY MALL)**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.babymall.com.tr](http://www.babymall.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Her 300 TL alışverişe 75 TL hediye çeki”*** başlıklı kampanyaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde bahsi geçen kampanyaya ilişkin söz konusu ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından sunulan hukuki deliller ve tüketici mağduriyetini gidermesi hususları göz önüne alınarak, anılan reklamların 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2015/983**

**Şikâyet Edilen: Türk Hava Yolları A.O.**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“Hoş geldin Ramazan”*** başlıklı kampanyaya ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** : 18-24 MAYIS 2015, 22-28 HAZİRAN 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo, poster, led ve TV, İnternet

**Tespitler: Anılan reklamlarda “***Hoş geldin Ramazan, böyle fırsat gelmez her zaman! Şimdi biletini Türk hava yollarından alanlar ramazan münasebetiyle Tüm Türkiye’ye her şey dahil 99 TL’den başlayan fiyatlarla uçuyor...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından sunulan hukuki deliller göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2014/1778**

**Şikayet Edilen: Procter & Gamble (P&G) Tüketim Malları San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** "Duracell" isimli pillere ilişkin olarak ***"10 kata kadar daha uzun ömürlü(sıradan çinko karbon pillere göre)"*** gibi ifadeleri içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak 2015

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

**Tespitler:** Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Tanımlar” başlıklı 4 üncü maddesinin ğ bendinde yer alan “Karşılaştırmalı reklam” kavramı “Bir mal veya hizmetin tanıtımı esnasında, rakip mal veya hizmetlere ilişkin unsurların doğrudan veya dolaylı olarak kullanıldığı reklamları” ifade etmektedir. Bununla beraber aynı Yönetmeliğin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8 inci maddesinde karşılaştırmalı reklamların ancak “c)karşılaştırılan mal veya hizmetlerin aynı nitelikte olması ve aynı istek ya da ihtiyaca cevap vermesi” koşulunu da içermesi kaydıyla yapılabileceği; ve fakat bahsi geçen reklamlarda karşılaştırmaya konu edilen duracell pil çeşitleri ile “sıradan çinko karbon pillerin” aynı nitelikte olmadığı ve aynı istek ya da ihtiyaca cevap vermediği gerekçesiyle karşılaştırılmaya uygun rakip mallar olarak kabul edilemeyeceği;

Diğer yandan bir an için karşılaştırmanın yapılacağı kabul edilse dahi “Duracell 10 kata kadar daha uzun ömürlü (\*sıradan çinko karbon pillere göre)” ifadesinin yer aldığı internet sitesi görsellerinde “güvendiğiniz diğer pil” olarak ifade edilen sıradan çinko karbon pillerin kötülendiği; ve fakat aynı Yönetmeliğin “Karşılaştırmalı reklamlar” başlıklı 8 inci maddesinde karşılaştırmalı reklamların ancak “f) Rakiplerin fikri ve sınai mülkiyet haklarını, ticaret unvanını, işletme adını, diğer ayırt edici işaretlerini, mallarını, hizmetlerini, faaliyetlerini veya diğer özelliklerini kötülememesi veya itibarsızlaştırmaması” koşulunu da içermesi kaydıyla yapılabileceği,

Bunlara ek olarak; *“Duracell, Türkiye'de ve dünyada en çok tercih edilen alkalin pil markası olmanın yanı sıra 150'den fazla ülkede satılmaktadır…Tüketicilerin Duracell'i tercih etmesindeki en önemli sebepler; uzun ömrü, dayanıklılığı ve kalitesidir…Kullanılmadığı durumda 10 Yıl Güç Koruma Garantisi\* : Duracell'in Duralock Güç Koruma Teknolojisi'yle, uzun ömürlü pilinizin ne zaman isterseniz kullanıma hazır olacağı konusunda içiniz rahat. Duralock, pilinizin kullanılmadığı durumda 10 yıl tam güç kalabilmesi için yapılmış özel bir güç koruma sistemidir. Duracell duralock teknolojisi ile en uzun ömürlü alkalin pil \* (AA boy pil için tüm cihazlardaki ortalama performans. Kırmızı piller sıradan alkalin pilleri temsil etmektedir.)…Yeniden şarj edilebilen duracell pillerde (duralock ile) 5 yıl çalışma garantisi”* şeklinde yer verilen bütün iddiaların ispata muhtaç olduğu; nitekim yeni Yönetmeliğin “İspat külfeti” başlıklı 9 uncu maddesinde; bu iddiaların “üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite olmuş ilgili test ve değerlendirme kuruluşlarından veya bağımsız araştırma kuruluşlarından alınmış raporlar ile kanıtlanmak zorunda” olduğu; kaldı ki reklam verenlerin kendilerine ait laboratuvar veya merkezlerinde yaptırılan araştırma ya da çalışmaları sunmaları halinde ise bu raporların ispat niteliğinde sayılabilmesi için bilimsel geçerliliklerinin üniversitelerin ilgili bölümlerince veya akredite olmuş ilgili test ve değerlendirme kuruluşlarınca teyit edilmesi gerektiği,

Son olarak anılan internet sitesinde “Sık Sorulan Sorular” başlığı altında; *“Cihazımda hangi tip pil kullandığım fark eder mi? Cihazınızda daima üretici tarafından tavsiye edilen pilleri kullanmalısınız. Alkalin piller genellikle en iyi performansı gösterdikleri için tavsiye edilirler. Çinko-karbon piller daha kısa ömürlüdür ve kimi cihazların düzgün çalışmamasına neden olabilirler…Portfolyoda performans açısından en iyi alkalin pil hangisidir? Duracell Ultra Power, tüm cihazlarda kullanılan En Güçlü Duracell Alkalin pildir.”* şeklinde diğer benzer firmalara yönelik haksız rekabete yol açan ifadelere yer verildiği; ve fakat yeni Yönetmeliğin “Doğruluk ve dürüstlük” başlıklı 7 nci maddesinde; “Reklamlar, ekonomik ve sosyal sorumluluk bilinci içinde ve haksız rekabete yol açmayacak şekilde hazırlanmalıdır.” hükmü kaleme alınarak rakip firmaların rekabet sınırını aşmamaları amaçlandığı, ve yine bir an için karşılaştırmanın yapılacağı kabul edilirse bile “karşılaştırmalı reklamlar”ın da haksız rekabete yol açmaması koşuluyla yapılabileceği,

Ayrıca, [www.duracell.com.tr](http://www.duracell.com.tr) adresli internet sitesinin 16.01.2015 tarihli görünümünde, televizyon reklamlarında; *“Duracell 10 kata kadar daha uzun ömürlü (\*sıradan çinko karbon pillere göre). Duracell ile tasarruf edin. Duracell, Türkiye'de ve dünyada en çok tercih edilen alkalin pil markası olmanın yanı sıra 150'den fazla ülkede satılmaktadır. Tüketicilerin Duracell'i tercih etmesindeki en önemli sebepler; uzun ömrü,dayanıklılığı ve kalitesidir. Kullanılmadığı durumda 10 Yıl Güç Koruma Garantisi\* : Çoğu pilin zamanla, kullanılmadıkları zaman bile, güçlerini kaybettiklerini biliyor muydunuz? Kimyasal reaksiyonlar, pilin kullanılmadığı durumda, aktif materyalleri azaltıp pilin gücünü azaltabilir. Duracell'in Duralock Güç Koruma Teknolojisi'yle, uzun ömürlü pilinizin ne zaman isterseniz kullanıma hazır olacağı konusunda içiniz rahat. Duralock, pilinizin kullanılmadığı durumda 10 yıl tam güç kalabilmesi için yapılmış özel bir güç koruma sistemidir. Duralock halkası olan bütün Duracell, Duracell Turbo Max, Duracell Şarj Edilebilir Pil, Duracell İşitme Cihazı Pilleri, Duracell Düğme Pil paketlerinde "Best before" tarihine göz atın. Duralock'lu Duracell paketleri tüm marketlerde. Duracell duralock teknolojisi ile en uzun ömürlü alkalin pil \* (AA boy pil için tüm cihazlardaki ortalama performans. Kırmızı piller sıradan alkalin pilleri temsil etmektedir.) Yeniden şarj edilebilen duracell pillerde (duralock ile) 5 yıl çalışma garantisi…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ifadelerin; hukuken ispatlama niteliğine sahip delillerle desteklendiği ve üniversite raporlarıyla kanıtlandığı anlaşılmış, alt yazı ölçümlerinde de herhangi bir aykırılığa rastlanmamış olup, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.