**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  10 Kasım 2015

**Toplantı Sayısı :** 242

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/853**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“1 yıl tarife ücreti olmaksızın Samsung Galaxy S6 ve S6 Edge" başlıklı reklamlar”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2015-31.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda 24.04.2015-31.05.2015 tarihlerinde yayınlanan ***"“1 yıl tarife ücreti olmaksızın Samsung Galaxy S6 ve S6 Edge" başlıklı reklamlar”*** başlıklı reklamların ana vaadinde; ***“Galaxy S6 ve S6 Edge’in karanlıkta dahi parlak ve net fotoğraf çekebilen kamerası Samsung’dan, 1 yıl boyunca o fotoğrafları sınırsızca paylaşmak Avea’dan. 10 dakikalık şarjla, 4 saat kullanım Samsung’dan, 1 yıl boyunca o şarjla herkesi aramak Avea’dan. Dünyanın ilk çift kenar ekranlı tasarımı Samsung’dan, 1 yıl boyunca o ekranda istediğin videoyu izlemek Avea’dan. Galaxy S6 ve S6 Edge’i Avea’dan alanlar tam 1 yıl boyunca tarife ücreti ödemiyor, bol bol dakika, SMS ve hızlı internetin tadını çıkarıyor”*** ifadelerine, durağan yazıda ***“1 yıl boyunca tarife ücreti yok (…) Aylık tarife ücretinin vergiler dahil 50 TL’ye kadar olan kısmı karşılanacaktır.”*** ifadelerine, altyazıda *“Kampanya 30 Haziran 2015’e kadar belirlenen tarifelerde geçerlidir. 1 yıl tarife ücreti promosyonu son 1 ay içerisinde numarasını Avea’ya taşıyıp ya da yeni hat tesisi ile kampanyadan faydalanan faturalı abonelere özel sunulmaktadır. Sabit ücretlerin 50 TL’yi aşan kısmı, paket aşımları ve cihaz bedeli müşterilerimiz tarafından karşılanacaktır. Ultra hızlı şarj özelliği kullanılan servisler, hizmetler, uygulamalar, konum ve operatöre göre farklılık gösterebilir”* ifadelerine ve www.avea.com.tr adresli internet sitesinde *“Aylık sabit ücreti 50 TL ve altında olan tarifelerimizden hizmet alan müşterilerimiz, 12 fatura dönemi boyunca sunulan 50 TL tarife ücreti hediyesi ile tarife ücretleri tamamen karşılandığı için, Tarifeye Ek tekliflerde sunulan tarife indirimlerinden faydalanmayacaktır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“1 Yıl Tarife Ücreti Olmaksızın Samsung Galaxy S6 ve S6 Edge”*** başlıklı reklamların ana vaadinde; *“(…)Galaxy S6 ve S6 Edge’i Avea’dan alanlar tam 1 yıl boyunca tarife ücreti ödemiyor, bol bol dakika, SMS ve hızlı internetin tadını çıkarıyor”* ifadelerine, durağan yazı olarak ise; *“Aylık tarife ücretinin vergiler dahil 50 TL’ye kadar olan kısmı karşılanacaktır”* ifadelerine yer verilerek, kampanya kapsamında hem 1 yıl boyunca tarife ücreti alınmayacağı, hem de tarife ücretinin 50TL’ye kadar olan kısmı tutarında indirim yapılacağının belirtildiği, bu durumun ödenecek tutar ve yapılacak indirim konusunda tüketici nezdinde anlam kargaşasına yol açtığı, ayrıca reklamların ana vaadinde yer alan; *“Galaxy S6 ve S6 Edge’in karanlıkta dahi parlak ve net fotoğraf çekebilen kamerası Samsung’dan, 1 yıl boyunca o* ***fotoğrafları sınırsızca paylaşmak*** *Avea’dan. 10 dakikalık şarjla, 4 saat kullanım Samsung’dan, 1 yıl boyunca o şarjla* ***herkesi aramak*** *Avea’dan. Dünyanın ilk çift kenar ekranlı tasarımı Samsung’dan, 1 yıl boyunca o ekranda* ***istediğin videoyu izlemek*** *Avea’dan. Galaxy S6 ve S6 Edge’i Avea’dan alanlar tam 1 yıl boyunca tarife ücreti ödemiyor, bol bol dakika, SMS ve hızlı internetin tadını çıkarıyor”* ifadelerinin arka arkaya vurgulanması suretiyle, tanıtımı yapılan kampanya kapsamında 1 yıl boyunca internet kullanımı ve arama yapma süresine ilişkin bir kısıt bulunmadığı izlenimi oluşturulduğu, ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı dolayısıyla reklamlarda yer verilen ifadelerin birbiriyle çelişmesi nedeniyle anılan reklamların tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açtığı, ayrıca anılan reklamlarda tanıtımı yapılan kampanyadan ayrı olarak, Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.’ye ait http://www.avea.com.tr/web/Cihazlar/AkilliTelefonlar/SamsungGalaxyS632GB ve www.avea.com.tr/ web/KonusMesajlas/Tarifeler/PrimeEkstra adresli internet sitelerinde yer alan ve Tarife Grubu 4’e dahil Prime Ekstra tarifesine abone olan bir tüketici taahhütlü olarak *Samsung Galaxy S6* isimli cihazı almak istediğinde, http://www.avea.com.tr/web/~/media/2015/taahhutnameler/Bireysel/Cihazlar/ BireyselB2A24ve36AyEkOdeme.pdf adresli internet sitesindeki tarifeye ek ödemeli cihaz kampanyaları taahhütnamesinde belirtilen 38 TL’lik aylık tarife indirimi ile 149TL olan tarifeden 111TL’ye faydalanabildiği, ancak aynı tüketici inceleme konusu reklamların ana vaadinde yer verilen ***“1 Yıl Tarife Ücreti Olmaksızın Samsung Galaxy S6 ve S6 Edge”*** kampanyasından da faydalanmak istediğinde, indirimli fiyat olan 111TL yerine normal tarife fiyatı olan 149TL üzerinden ücretlendirildiği ve 50TL’lik indirimle birlikte 99TL ödendiği, dolayısıyla reklamda vaat edilen 50TL yerine tüketicilerin 12TL indirimden faydalanabildiği, ancak kampanyaya ilişkin reklamların yayınlandığı hiçbir mecrada iki farklı kampanyanın birleştirilemeyeceği şeklinde bir bilgiye yer verilmediği,

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

- 10/1/2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5 inci, 7 nci, 9 uncu, 13 üncü, 14 üncü 18 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Avea İletişim Hizmetleri 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.

**2)**

**Dosya No: 2015/1275**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Vodafone Red’liler diledikleri aracı Budget’tan %50 indirimle kiralıyorlar”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait www.vodafone.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ***“Vodafone Red’liler diledikleri aracı Budget’tan %50 indirimle kiralıyorlar”*** başlıklı reklamların *“Kampanya Koşulları”* kısmında; *“(…)Kampanya kapsamında tüm araç gruplarında, “Güncel Liste Fiyatları” üzerinden, ilk 3 gün için % 50 indirim uygulanacaktır. 3. günden sonraki kiralamalarda % 30 indirim geçerli olacaktır (…) Rezervasyonlar, Budget Rezervasyon Merkezi (444 47 22) ya da* ***Budget web sitesi*** *üzerinden yapılabilir (…) Araç kiralamalarında Budget Genel Kiralama Bilgileri ve Koşulları geçerlidir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamlarda araç kiralama hizmetine ilişkin olarak rezervasyonların çağrı merkezi veya web sitesi aracılığıyla yaptırılabileceği hususunun firmaya ait internet sitesinde belirtildiği dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**3)**

**Dosya No: 2015/1353**

**Şikayet Edilen: Recep ÖZCAN (www.adanayorum.com)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.adanayorum.com](http://www.adanayorum.com) adresli internet sitesinde yer aldığı alan ***“Bakımlı Ağız ve Dişler Hastalıklara Kalkan”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.adanayorum.com adresli internet sitesinin 06.08.2015 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen ***“Bakımlı Ağız ve Dişler Hastalıklara Kalkan”*** başlıklı yazıda:

*“****Özel Medline Hastanesi Diş Hekimi Ebru Sahillioğlu*** *Akçalı, bakımlı bir ağız ve dişlerin; mide ve bağırsak sorunlarından beyin iltihabına kadar birçok hastalığa karşı koruyucu bir unsur olduğunu belirtti.(…)*

*Diş Hekimi Ebru Sahillioğlu Akçalı,* ***diş ve ağız sağlığıyla ilgili tüm sorunların uzman hekimler ve gelişmiş tıbbi donanımla çözüme kavuşturulduğu Özel Medline Adana Hastanesi Diş Kliniğinde enfeksiyon kontrolünün birinci sırada geldiğini belirtti.***

*Akçalı, "****Hastalarımızın tedavisi sırasında her malzeme tam steril olarak kullanılır. Hastanemizde bulunan enfeksiyon kontrol komitesi tarafından her gelişme yakından takip edilmektedir. Bu nedenle, özellikle kalp hastaları, şeker hastaları, yeni operasyon geçirmiş hastaların ve gebeliği devam eden hastaların ilk tercihiyiz****" dedi.*

***AĞIZ İÇİNDE A’DAN Z’YE HİZMET.***

***Özel Medline Adana Hastanesi Diş Kliniği’nde verilen sağlık hizmetleri hakkında bilgi veren Diş hekimi Ebru Sahillioğlu Akçalı,"Tanı konması ve tedavi planlaması, RVG cihazı ile çok düşük doz radyasyon alımı ile diş, kompozit, porselen dolgular, kanal tedavisi, döner alet sistemleri kullanılarak pedodonti (Çocuk ağız sağlığı ve diş sağlığı), flor ve fissur örtücü uygulamaları merkezimizde başarıyla sürdürülmektedir. Ayrıca süt dişlerine dolgu ve kanal tedavisi, cerrahi 20 yaş diş çekimleri, gömülü ve kök çekimleri, implant uygulamaları, diş taşı temizliği, lekelerin air flow ile diş minesine zarar vermeden temizliği gibi birçok hizmet Adana Medline Hastanesi güvencesiyle yapılmaktadır"*** *diye konuştu.*

*Ebru Sahillioğlu Akçalı,* ***hastanede zihinsel sorunları olanlar, koopere olamayan çocuklar ve kusma refleksi çok fazla olan yetişkinlerde de, genel anestezi ve sedasyon uygulamalarının ameliyathane ortamında yapıldığını ifade etti.*** *Akçalı,* ***"Bu şekilde diş hekimi korkusu olan hastalarda ve çocuklarda travmatik olmadan tüm operasyonlar uygulanabilmektedir"*** *dedi.*

***Akçalı, Medline’de, protez, porselen kron ve köprüler, hareketli tam ve yarım protezlerin yanı sıra estetik diş hekimliği, gülüş tasarımı, lamine porselenler, dişeti seviyesinin düzenlenmesi ve lazerle diş beyazlatma gibi birçok operasyonun kolaylıkla yapıldığını belirtti.*** *Ayrıca Akçalı, Tüm bunların içinde en dikkat ettikleri konunun ağız hijyeni eğitimi olduğunu ve bu bilinci oluşturabilmek için özellikle çocuk hastalarda uygulamalı olarak ve eğlenceli görseller eşliğinde eğitim verildiğini söyledi.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.adanayorum.com adresli internet sitesinin 06.08.2015 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen ***“Bakımlı Ağız ve Dişler Hastalıklara Kalkan”*** başlıklı yazıda:

*“****Özel Medline Hastanesi Diş Hekimi Ebru Sahillioğlu*** *Akçalı, bakımlı bir ağız ve dişlerin; mide ve bağırsak sorunlarından beyin iltihabına kadar birçok hastalığa karşı koruyucu bir unsur olduğunu belirtti.(…)*

*Diş Hekimi Ebru Sahillioğlu Akçalı,* ***diş ve ağız sağlığıyla ilgili tüm sorunların uzman hekimler ve gelişmiş tıbbi donanımla çözüme kavuşturulduğu Özel Medline Adana Hastanesi Diş Kliniğinde enfeksiyon kontrolünün birinci sırada geldiğini belirtti.***

*Akçalı, "****Hastalarımızın tedavisi sırasında her malzeme tam steril olarak kullanılır. Hastanemizde bulunan enfeksiyon kontrol komitesi tarafından her gelişme yakından takip edilmektedir. Bu nedenle, özellikle kalp hastaları, şeker hastaları, yeni operasyon geçirmiş hastaların ve gebeliği devam eden hastaların ilk tercihiyiz****" dedi.*

***AĞIZ İÇİNDE A’DAN Z’YE HİZMET.***

***Özel Medline Adana Hastanesi Diş Kliniği’nde verilen sağlık hizmetleri hakkında bilgi veren Diş hekimi Ebru Sahillioğlu Akçalı,"Tanı konması ve tedavi planlaması, RVG cihazı ile çok düşük doz radyasyon alımı ile diş, kompozit, porselen dolgular, kanal tedavisi, döner alet sistemleri kullanılarak pedodonti (Çocuk ağız sağlığı ve diş sağlığı), flor ve fissur örtücü uygulamaları merkezimizde başarıyla sürdürülmektedir. Ayrıca süt dişlerine dolgu ve kanal tedavisi, cerrahi 20 yaş diş çekimleri, gömülü ve kök çekimleri, implant uygulamaları, diş taşı temizliği, lekelerin air flow ile diş minesine zarar vermeden temizliği gibi birçok hizmet Adana Medline Hastanesi güvencesiyle yapılmaktadır"*** *diye konuştu.*

*Ebru Sahillioğlu Akçalı,* ***hastanede zihinsel sorunları olanlar, koopere olamayan çocuklar ve kusma refleksi çok fazla olan yetişkinlerde de, genel anestezi ve sedasyon uygulamalarının ameliyathane ortamında yapıldığını ifade etti.*** *Akçalı,* ***"Bu şekilde diş hekimi korkusu olan hastalarda ve çocuklarda travmatik olmadan tüm operasyonlar uygulanabilmektedir"*** *dedi.*

***Akçalı, Medline’de, protez, porselen kron ve köprüler, hareketli tam ve yarım protezlerin yanı sıra estetik diş hekimliği, gülüş tasarımı, lamine porselenler, dişeti seviyesinin düzenlenmesi ve lazerle diş beyazlatma gibi birçok operasyonun kolaylıkla yapıldığını belirtti.*** *Ayrıca Akçalı, Tüm bunların içinde en dikkat ettikleri konunun ağız hijyeni eğitimi olduğunu ve bu bilinci oluşturabilmek için özellikle çocuk hastalarda uygulamalı olarak ve eğlenceli görseller eşliğinde eğitim verildiğini söyledi.”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu ifadeler ile ***Özel Medline Adana Hastanesi Diş Kliniği* isimli özel sağlık kuruluşunun ve burada verilen sağlık hizmetlerinin övücü ifadelerle tanıtılarak, söz konusu sağlık kuruluşuna talep yaratıcı ifadelerle yönlendirme yapıldığı, dolayısıyla söz konusu yazıda haber görünümü altında, adı geçen özel sağlık kuruluşunun 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, mecra kuruluşu **Recep ÖZCAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**BANKACILIK VE SİGORTACILIK HİZMETLERİ**

**4)**

**Dosya No: 2015/1197**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Zorunlu Deprem Sigortası En Uygun Fiyatlarla Tüm PTT Şubelerinde!”*** sloganlı ilan

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İlan

**Tespitler:** PTT Sigorta’ya ait ilanda *“Zorunlu Deprem Sigortası En Uygun Fiyatlarla Tüm PTT Şubelerinde!”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** PTT Sigorta’ya ait ilanda ***“Zorunlu Deprem Sigortası En Uygun Fiyatlarla Tüm PTT Şubelerinde!”*** ifadelerinin yer aldığı,

6305 sayılı Afet Sigortaları Kanunu ve ilgili Yönetmelikler çerçevesinde yapılmakta olan Zorunlu Deprem Sigortası primlerinin, T.C. Hazine Müsteşarlığınca yayınlanan Zorunlu Deprem Sigortası Tarife ve Talimatında düzenlenen esaslara göre belirlendiği, buna göre **söz konusu primlerin sadece deprem bölgelerine göre değişiklik arz ettiği ve aynı konut için yetkili sigorta şirketlerinin farklı prim talep talep etmesinin mümkün olmadığı,** bu nedenle söz konusu ilanda yer alan ***“En uygun fiyatlarla”* ibaresinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,**

Bu durumun,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**5)**

**Dosya No: 2015/766**

**Şikayet Edilen:** **P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Ariel Sıvı Deterjan"*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, Ambalaj, İnternet

**Tespitler:** Nisan-Ekim 2015 tarihleri arasında **“Ariel Sıvı Deterjan”** isimli ürünün tanıtımı amacıyla muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Ariel’den toz deterjan gücünde leke çıkaran, çamaşıra sıvı deterjan gibi hassas davranan yeni Ariel Sıvı Deterjan. Şimdi toz ve sıvı bir arada. Memnun kalmazsanız paranız iade”***ifadelerine, altyazı olarak ise; *“Lekesavar kapaklı Ariel Sıvı Deterjan, Ariel Parlak Renkler toz deterjana karşı test edilmiştir. Para iadesi detayları:* [*www.ariel.com.tr*](http://www.ariel.com.tr)*”* ifadelerine, ürün ambalajında; *“Toz ve jel gücü bir arada\* Ön işlem başlığıyla Ariel Sıvı Deterjan: Ariel Parlak Renkler toz deterjanın leke çıkarma gücü ve sıvı deterjanın gösterdiği özen”* ifadelerine,

Ürün ambalajlarındaki etiketin ön yüzünde *“Toz ve jel gücü bir arada\*”* ifadelerine, arka yüzünde ise *“Ön işlem başlığıyla Ariel Sıvı Deterjan: Ariel Parlak Renkler toz deterjanın leke çıkarma gücü ve sıvı deterjanın gösterdiği özen”* ifadelerine ve yine ürün ambalajında ***“beyazlar+renkliler”*** ifadesine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerin ***"Ariel Sıvı Deterjan"*** isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen ifadeleri ispatladığı ve reklamlarda Reklam Mevzuatına aykırılık teşkil eden bir husus bulunmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2015/450**

**Şikayet Edilen: Biobellinda Kozmetik ve Temizlik Ürünleri Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.biobellinda.com.tr](http://www.biobellinda.com.tr) adresli internet sitesinde muhtelif temizlik ve kozmetik ürünlerine ilişkin olarak yayımlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mayıs 2015 döneminde [www.biobellinda.com.tr](http://www.biobellinda.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Biyomoleküler Jel Bulaşık Makinesi Deterjanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki aktif maddeler biyolojik olarak parçalanma özelliğine sahip olup 'Fosfat içermeyen formülü' ile mükemmel temizlik sağlar. Suda iyi çözünme etkisi ile kalıntı bırakmadan temizlik sağlar, porselenlerinizin rengini korur ve özel parlatıcı formülü ile mükemmel parlaklık sağlar”* ifadelerine, **“Mineralli Krem Temizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürünümüzü, fosfat ve amonyak içermediğinden güvenle kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Yağ & Kir Temizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Renk ağartıcı özelliği yoktur. Renkli çamaşırlarınızda da güvenle kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Bulaşık Sıvısı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Etkin formülü sayesinde yağları temizler, mükemmel bir yağ sökücü ve kir çıkarıcıdır. Herhangi bir ek ürüne ihtiyaç duyulmadan hijyen sağlar”* ifadelerine, **“Halı Şampuanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Durulama gerektirmez. Renk ağartıcı özelliği yoktur. Her türlü kirde kalıcı temizlik sağlar”* ifadelerine, **“Oto Şampuanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özel formülü ile kullanıldığı yüzeye parlaklık verir. Aracınızın paslanma ve oksitlenmesine karşı koruma sağlar. Toz, kir, yağ ve çamur kalıntılarını kolaylıkla temizler. Antistatik özelliği ile kirlenmeyi geciktirir”* ifadelerine, **“Sıvı Sabun Sweet”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilde uygun Ph 5.5 değeri ile ellerinizi sadece temizlemeyecek aynı zamanda nemlendireceksiniz. Makinede deterjan gücünü arttırmak için kullanabileceğiniz ürünler arasındadır. Bebek çamaşırlarınızı yıkayabilirsiniz. Hassas yün halılarınızın temizliğinde kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Cam & Mobilya Temizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cam, mobilya, ayna, kristal, gözlük, saat, otomobil camları, televizyon, bilgisayar ekranı gibi yüzeylerin temizliğinde kullanılır. Cam ve aynalarda oluşan buğulanmayı önler. Kullanıldığı yüzeylerde uzun süre toz oluşumunu engeller.”* ifadelerine, **“Halı Matik”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Halı, kilim ve döşemelerinizin makine ile temizliğinde kullanılmak üzere hazırlanmış, köpüğü ayarlı özel bir üründür. Halının derinliklerine yerleşmiş kirleri çözer atar ve derinlemesine hijyen sağlar”* ifadelerine, **“Pas & Kireç Temizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Paslanmanın oluştuğu tüm yüzeylerde güvenle kullanılabilir. Mutfak eşyalarınızın kireç artıklarından arınması için, bir miktar üründen döküldükten sonra bir süre beklenmeli ve ılık su ile arındırılmalıdır. Ayrıca çamaşır makinesi, bulaşık makinesi ve ütü haznelerinde oluşan kireç artıklarının temizlenmesinde kullanılan hijyenik bir üründür”* ifadelerine, **“Wc & Banyo Temizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Banyo, lavabo, klozet, küvet vb. yüzeylerde kalıcı ve güvenli temizlik sağlar. Kullanıldığı yüzeyde su lekesi, sabun ve kireç artığı bırakmaz. Kötü koku giderici özelliği sayesinde banyo ve tuvaletlerinizde ferah ve hijyenik bir ortam sağlar”* ifadelerine, **“Oda Parfümü Soft”,****“Oda Parfümü Bahar Ferahlığı”** ve **“Oda Parfümü Activia”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Birçok oda parfümü önce kokar sonra yok olur, bu ürün ise önce odada oluşmuş kötü kokuyu yok eder, ondan sonra koku etkinliğini sağlar. Sigara, balık, rutubet gibi rahatsızlık verici kokuları yok eder. Halınıza damlamış minik minik çay lekelerin üzerini oda parfümü ile ıslatın ve parmağınızla lekenin üstüne bastırın, lekenin kaybolduğunu göreceksiniz. Kullanıldığı alandaki her türlü kötü kokuyu bastırmadan, kökten yok eder. Biobellinda oda parfümlerini, kumaş yüzeylere de uygulayarak uzun süreli ferahlık sağlayabilirsiniz”* ifadelerine, **“Sıvı Sabun Citrus”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilde uygun Ph 5.5 değeri ile ellerinizi sadece temizlemeyecek aynı zamanda nemlendireceksiniz. Makinede deterjan gücünü arttırmak için kullanabileceğiniz ürünler arasındadır. Bebek çamaşırlarınızı yıkayabilirsiniz. Hassas yün halılarınızın temizliğinde kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Sıvı Sabun Deep Blue”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilde uygun Ph 5.5 değeri ile ellerinizi sadece temizlemeyecek aynı zamanda nemlendireceksiniz. Makinede deterjan gücünü arttırmak için kullanabileceğiniz ürünler arasındadır. Bebek çamaşırlarınızı yıkayabilirsiniz. Hassas yün halılarınızın temizliğinde kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Mikrofiber Narin Temizlik Bezi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Toz ve iz bırakmayan formülü ile televizyon, bilgisayar, biblo, kristal ve dijital tüm eşyalarınızı özel dokusu sayesinde çizmeden, güvenle temizler. Kullanılan yüzeyde kir, toz ve iz bırakmaz”* ifadelerine, **“Mikrofiber Cam Bezi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İz bırakmayan üstün parlaklık etkisi, özel ipliği ve mikrofiber dokusu sayesinde; tüm cam, ayna, pencere, LCD ekran, tablo, metal, mobilya, büro malzemeleri ve ahşap malzemeleri çizmeden ve iz bırakmadan temizler”* ifadelerine, **“Ultra Konsantre Çamaşır Beyazlatıcı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sanayi ve ev tipi otomatik çamaşır makinelerinde kullanılan oksijen bazlı özel formülü ile beyazlığını yitirmiş çamaşırlarınızı bile ilk günkü gibi bembeyaz yapar. Renkli çamaşırlarınızın rengini soldurmadan canlılığını korur. 60 derece ve üzerindeki ısılarda beyaz çamaşırların kar beyazı gibi olması ve lekelerin çıkarılmasında kullanılır. Beyaz perde ve tüllerin beyazlatılmasında özel formül sayesinde mükemmel sonuç verir”* ifadelerine, **“Biyomoleküler Leke Çıkarıcı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çay, kahve, her türlü meyve (nar, hurma, vişne, böğürtlen vb. zor lekeler dahil) çimen, yağ, kan ve organik olan tüm zor lekelerde kesin çözüm sağlar. Doğal, organik ve biyolojik yapısı ile çevreye ve çamaşırlarınıza, çok küçük kullanım oranı ile de cebinize dost, ultra konsantre bir üründür. Ürünümüzü, makinede yıkanabilir tüm cins kumaşlarda kullanabilirsiniz. Lekenin üstüne döküp 15 dk bekleterek, çamaşır makinenizde ön yıkamalı programda temizliğini sağlayabilirsiniz”* ifadelerine, **“Biyomoleküler Konsantre Sıvı Matik Deterjan”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Renkli ve beyaz çamaşırlarda kullanıma uygun olup, çamaşırlarınızın dokusunu koruyarak parlaklık verir. Konsantre formülü sayesinde düşük ısılı yıkamalarda bile üstün performans sağlar. Çamaşırlarda ve yıkama gözünde toz deterjan kalıntısı bırakmaz”* ifadelerine, **“Ultra Konsantre Çamaşır Yumuşatıcı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ultra Konsantre Çamaşır Yumuşatıcı, mikro kapsül teknolojisi ile hazırlanmış formülü ile çamaşırlarınıza haftalarca süren kalıcı ferahlık verecektir. Formülündeki ultra kalıcı parfüm molekülleri sayesinde çamaşırlarınız kullandıkça mis gibi kokacaktır”* ifadelerine, **“Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Biobellinda Diş Macunu tüm aile bireylerinin kullanımı dikkate alınarak hazırlanmış, yatıştırıcı papatya özü, çürümeye karşı koruyucu xylitol ve ferahlık verici nane özleri ile zenginleştirilmiştir. Xylitol birçok meyve ve sebzede doğal olarak varolan ve dişleri çürümeye karşı koruduğu bilimsel olarak kanıtlanmış bir tatlandırıcıdır. Xylitol ağız içi asit / baz dengesini sağlayarak ve çürümelere neden olan bakterilerin diş yüzeyine tutunmasını engelleyerek dişleri korumaya yardımcı olur. Sodyum florür, sodyum saccarin, triclosan, titanyum dioksit, fosfat türevleri, SLES, paraben ve PEG içermez”* ifadelerine, **“Çocuk Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“BioBellinda Diş Macunu çocuklar için özel olarak geliştirilmiş formülü ve içeriğindeki xylitol ile çocuklarınızın dişlerini çürümeye karşı korur ve muhteşem nar aroması ile diş fırçalamayı eğlenceli hale getirir”* ifadelerine, **“Pişik Önleyici Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Biobellinda pişik önleyici krem düzenli kullanımda pişik oluşumunu engeller ve içeriğindeki doğal aktif maddeler sayesinde mevcut pişiği gidermeye yardımcı özelliğe sahiptir. Boya, alkol, paraben ve alerjen koku maddesi içermez, hassas bebek cildinde güvenle kullanılır. Hipo alerjenliği dermatologlar tarafından test edilmiştir. Kolayca sürülür ve ciltte su, ter ve idrarla akmayan bariyer oluşturur. Böylece bebeğinizin cildi tüm zararlı etkenlere karşı korunarak pişik oluşumunu önlenmiş olur”* ifadelerine, **“Berenis Bebek Şampuanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“bebeğinizin hassas cildi ve gözleri için saf su yumuşaklığındadır. Bebeğinizin cildi ile uyumlu PH değerine sahip olan Berenis Bebek Şampuanı, kolay ve çabuk köpüren formülü ile aynı zamanda kolay da durulanarak saçlarda ve vücutta kalıntı bırakmaz. Berenis Bebek Şampuanı'nın formülü AB standartlarına göre hazırlanmış olup, boyar madde ve alerji yapan esans hammaddeleri içermez. Berenis şampuanlarda kullanılan hammaddelerin tamamı doğal yağlardan elde edilmiş olup, uluslararası geçerliliği olan ECO CERT sertifikasi ile sertifikalandırılmış hammaddelerdir”* ifadelerine, **“El Bakım Kremi (Zeytinyağlı)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Silikon içermez. İçeriğinde proben yoktur. Doğal yağlardan oluşur. Uzun süre nemlilik sağlıyor. Çatlaklara iyi gelir. Yüzede sürülse zararı olmaz”* ifadelerine, **“CC Cream”** ve **“CC Cream Light”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Biobellinda CC krem uygulamadan hemen sonra kusursuz cilt görünümü elde etmeniz ve düzenli kullanım ile bu görünümü korumanız için tasarlanmıştır. Zengin aktif madde ve vitamin içeriği ile yaşlılık belirtileri olan kırışıklık, cilt kuruluğu ve renk değişiklikleri ile savaşır, mineral renk pigmentleri ile kusursuz kapatıcılık sağlar”* ifadelerine, **“BB Cream”** ve **“BB Cream Light”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Hafif ve yağ içermeyen formülü ile hızlı emilir. Kusurları ve lekeleri kapatır. Cildin rengini eşitler. Uygulamadan hemen sonra fark edilir pürüzsüzlük sağlar. Uzun süre cildinizin nem ihtiyacını karşılar. Cildinize doğal ışıltı kazandırır. Parfüm içermez. BioBellinda BB Cream anında kusursuz cilt görünümü elde etmeniz ve cilt renginizi eşitlemeniz için tasarlanmıştır. Zengin Antioksidan içeriği ile cildin savunmasını güçlendirir vemineral renk pigmentleri ile kusursuz kapatıcılık sağlar. Açık ve orta ton olmak üzere 2 ton seçeneği ve yoğun nemlendirme özelliğiyle tüm cilt tiplerinde kullanıma uygundur. Muhteşem bir cilt için yeni nesil hepsi bir arada teknolojisi ile hazırlanmış bu ürün ile etkili ve anında görebileceğiniz cilt bakımı! Uygulamadan hemen sonra yorgunluk ve uykusuzluk izleri, matlık, kızarıklık, lekeler, gözenekler ve kusurlara hepsine bir dakikada veda edin”* ifadelerine, **“Vücut Peelingi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Koruyucu içermeyen, doğal lavanta yağlı yoğun formülü ve muhteşem kokusu ile cildinizin yumuşaklığını tekrar keşfedin. Biobellinda vücut peelingi içeriğindeki tuzun doğal peeling etkisi ile tüm vücudunuzu ölü hücrelerden arındırarak nefes almasını sağlayacak ve cildinizi daha yumuşak hissetmenize yardımcı olacaktır”* ifadelerine, **“Hyaluronic Göz Çevresi Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hyaluronic seri göz çevresi kremi orta yaş kadınının en belirgin problemi olan kaz ayağı kırışıklıklarında çok etkindir. Günde iki kez ( sabah – akşam) 2 hafta düzenli kullanımda bu bölgedeki kırışıklıkları % 85 e kadar azaltmaktadır. Ayrıca içeriğindeki bitkisel özler ve kafein ile göz altı torbalarını giderir, mor halkaların renklerini açarak göz çevrenize doğal ışıltınızı geri getirir. Bileşiminde ki Hyaluronic asit cildin nem ihtiyacını derinlemesine karşılayarak, esnekliğini yeniden kazanmasında önemli rol oynar. Parfüm içermeyen yumuşak formülü sayesinde hassas göz çevresi cildinin bakımında ve makyaj altı olarak güvenle kullanılabilir”* ifadelerine, **“Hyaluronic Gece Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gün boyu kendini maruz kaldığı güneş, çevre kirliliği ve stres gibi faktörlerden korumaya çalışan cildimiz kendini yenilemekte ve toparlamakta zorlanır. Geceleri dinlenme süresindeki hücre yenilenmesi gündüze göre çok daha hızlıdır. Bu nedenle cildin ihtiyaç duyduğu molekülleri gece boyunca da desteklemek için gündüz kreminizin içeriğindeki bitkisel aktif maddeler ve vitaminlerden gece kreminizin içerisinde de yoğun olarak bulunmaktadır. Hyaluronic acid, A vitamini ve kırışıklık karşıtı bitkisel aktif maddeler ile her gece cilt kendini yenileyerek yeni güne daha genç ve güçlü başlar”* ifadelerine, **“Hyaluronic Gündüz Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İlerleyen zamanla birlikte vücudumuzun yapıtaşları olan hücrelerimizin kendini yenileyebilme özelliklerinde azalmalar meydana gelmektedir. Bu azalma hücre yapısında bulunan bazı aktif moleküllerin zamanla daha az sentezlenmesinden kaynaklanmaktadır. Hyaluronic asit bu moleküllerden biridir. Hyaluronic serinin düzenli kullanımı ile cildinizde azalan Hyaluronic asit miktarı zamanla eski seviyesine dönecek ve cildinizde eski nemine ve canlılığına kavuşacaktır. Ciltte zamanla oluşan bir diğer problem ise esneklik kaybına bağlı ışık yansımasının azlığı nedeniyle cilt parlaklığında azalış ve düzensiz melanin sentezine bağlı oluşan cilt lekeleridir”* ifadelerine, **“Arındırıcı ve Sıkılaştırıcı Tonik”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“BioBellinda arındırıcı ve sıkılaştırıcı tonik gözenekleriniz tıkalı ise, cildiniz karma veya yağlı ise ve yağlanma, parlama, siyah nokta şikayetleriniz var ise sizin için uygun bir üründür. Salisilik asit içeren özel formülü ile yüzünüzde kalan kir ve makyaj kalıntılarını derinlemesine temizleyerek cildi arındırır, gözenekleri sıkılaştırır ve siyah noktalara karşı savaşmaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Makyaj Temizleme Suyu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“BioBellinda Makyaj Temizleme suyu parfüm içermeyen hypolarjenik yapısı sayesinde göz, dudak ve tüm yüz makyajını temizlemede güvenle kullanabileceğiniz, ovalama ve durulamaya gerek kalmayan pratik ve çok amaçlı bir misel solüsyondur. İçeriğindeki miseller kir ve makyaj izlerinin mikro emülsiyonunu gerçekleştirerek cildi temizlerken, zengin vitamin ve nemlendirici içeren yapısı ile cildin nem dengesini korur, cildi yatıştırır, ciltte tahriş ve kuruluk oluşumuna neden olmaz. Esnek ve ipeksi yumuşaklıktaki cildi açığa çıkarır. Kuruluk ve rahatsızlık hissi vermez. Tüm cilt tiplerinin kullanımına uygundur. Ürünün günlük cilt temizliği ve makyaj temizliği için kullanılmasının yanı sıra hassas kuru ciltlerde tonik olarak kullanım özelliği sayesinde tek ürünle 3 işlemi gerçekleştirebilirsiniz. Parfüm içermez, hypoalerjeniktir. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Peeling Jel”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt kuruluğuna sebep olmayan nemlendiricilerle zenginleştirilmiş özel formülü ile tüm cilt tiplerinin kullanımına uygun bir peeling dir. İçeriğindeki özel peeling ajanları ile gözenekleri derinlemesine temizleyerek cildinizi siyah nokta oluşumuna karşı koruyacak ve ölü hücrelerden arındırıp nefes almasını sağlayacaktır”* ifadelerine, **“Gündüz Kremi SPF 20+”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin yaşlanmasını sebep olan en önemli etkenlerden güneşin zararlı ışınları, serbest radikaller ve cilt kuruluğu ile savaşır. Cildin yaşlanma sürecini artıran etkenlerden en belirginlerinden biri güneş ışınlarıdır. Bu nedenle sadece yazın değil kışın bile cildimizin güneşe çıkarken foto yaşlanmaya karşı korunmaya ihtiyacı vardır. SPF 20+ gündüz kremi içeriğindeki zengin filtre çeşitleri ile güneşin zararlı UVA ve UVB ışınlarına karşı cildinizi koruyarak foto yaşlanma sürecini yavaşlatır. Cildinizi güneşin zararlı ışınlarından korurken içeriğindeki, d-phantenol ( B5 vitamini), gliserin ve shea butter gibi doğal yağlarla cildinize ihtiyacı olan ekstra nemi verir ve ince kırışıklıklara sebep olan cilt kuruluğu ile savaşarak gün boyu kalıcı nemlilik sağlar. Hücre yenilenmesini hızlandıran allantoin ile hücre yenilenmesini destekler. Formülündeki yoğun E vitamini cildin yaşlanmasını sağlayan serbest radikallerle savaşır”* ifadelerine, **“Gece Kremi AHA”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gün boyu yorulan cilt için gece uyku dönemi yeniden yapılanma ve dinlenme dönemidir. Bu dönemde cildin kendini yenilemesine destek vermek önemlidir. Bunun için kullanılan AHA molekülleri cildi ölü hücrelerden arındırarak yeni ve genç hücrelerin yapılmasını sağlar. Her gece cilt kendini yenileyerek yeni güne hazırlanır. AHA ( Alfa Hidroksi Asit) molekülleri doğal meyve asiti molekülleri olup aşırı hassas ve çok kuru ciltler tarafından kullanıldığında kızarıklık ve rahatsızlık hissine sebep olabilirler. Bu durum geçici olup tamamen AHA moleküllerin doğal yapısı ile ilgilidir. AHA molekülleri cilt yüzeyindeki ince kırışıklarla, hamilelik ve güneşten kaynaklanan lekelerle, fazla yağ salınımı ve bundan kaynaklı parlamalar ve gözenek açılmaları ile savaşır. Sonuç olarak parlamayan, kırışıklıkları ve gözenekleri sıkışmış, lekelerden arınmış, aydınlık, canlı, yeniden yapılanmış ve extra nemli bir cilt sunar”* ifadelerine, **“Göz Çevresi Aydınlatıcı Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Glycolic seri göz çevresi kremi, yorgunluk, uykusuzluk gibi nedenlerle oluşmuş şişlik ve mor halkalarda etkindir. İçeriğindeki aktif maddeler ile mor halkaların renklerini açarak göz çevresine ışıltı kazandırır. Ayrıca içeriğindeki bitkisel kafein özleri ile göz altı torbaları ile savaşır. Formülündeki yoğun E vitamini ile antioksidant etkili olup bu bölgede yaşlanma karşıtı özellik gösterir. İçeriğindeki doğal bitkisel yağlar, d- phantenol ve hücre yenilenmesini hızlandıran allantoin ile göz çevresi için gereken ekstra kalıcı nemi ve bakımı sağlar”* ifadelerine, **“Nemlendirici Yüz Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Biobellinda yüz kremi cildinizin ihtiyacı olan günlük bakımı yaparken istenmeyen tüylerden kurtulmanıza da yardımcı olacaktır. İçeriğindeki shea butter, doğal nemlendiriciler ve gliserin ile cildinizi nemlendirecek, doğal e vitamininin antioksidan etkisi ile cildinizi serbest radikal oluşumuna karşı korumaya yardımcı olacaktır. Cildinizin günlük bakımını yaparken doğal bitkisel tüy azaltıcı aktiflerde sizin için istemediğiniz tüylerle savaşacaktır. Yağsız hafif dokusu sayesinde makyaj altı olarak ta kullanılabilir. Göz ve çevresi ile kaş bölgesine uygulamayınız. Biobellinda yüz kremini; paraben, alerjen esans, boya ve sentetik kimyasal içermeyen yapısı sayesinde güvenle kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Nemlendirici Vücut Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Biobellinda vücut kremi cildinizin ihtiyacı olan günlük bakımı yaparken istenmeyen tüylerden kurtulmanıza da yardımcı olacaktır. İçeriğindeki shea butter, doğal nemlendiriciler ve gliserin ile cildinizi nemlendirecek, doğal e vitamininin antioksidan etkisi ile cildinizi serbest radikal oluşumuna karşı korumaya yarımcı olacaktır. Cildinizin günlük bakımını yaparken doğal bitkisel tüy azaltıcı aktiflerde sizin için istemediğiniz tüylerle savaşacak, kıl uzamasını yavaşlatarak epilasyon sıklığını azaltacaktır. Biobellinda vücut kremini; paraben, alerjen esans, boya ve sentetik kimyasal içermeyen yapısı sayesinde güvenle kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Yüz Temizleme Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özel olarak hazırlanmış sabun, alkali, alkol, sles, alerjen esans ve paraben içermeyen formülü ile yüz ve makyaj temizliğinde güvenle kullanılır. Makyaj temizliğinde suya dayanıklı rimel haricinde tüm makyajı ciltten uzaklaştırarak, gözeneklerin nefes almasını sağlar. Cilt kuruluğuna sebep olmayan yumuşak formülü ile tüm cilt tiplerinin kullanımına uygundur. İçeriğindeki d-phantenol, hücre yenilenmesini hızlandıran allantoin, gliserin ve diğer nemlendiriciler ile cildi tahriş etmeden derinlemesine temizlerken cildin doğal nemini korur. İçi E vitamini dolu kürecikler cildinizin ihtiyacı olan vitamini karşılamasına yardımcı olarak, sağlıkla ışıldamasını sağlar”* ifadelerine, **“İntim Jel”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İntim yıkama jeli bayanlarda genital bölgenin çok hassas cildinin hijyen ihtiyacını karşılamak için özel olarak geliştirilmiştir. PH 4,8 değeri ile de genital bölgenin mikro florasını korur ve sürekli kullanımı halinde asit mantoyu destekler. İçeriğindeki anti bakteriyel etkisi ile patojen mikroorganizmalara ve mantarlara karşı koruyucu bir özelliğe sahiptir. cildi yatıştırır, Güven verici hoş kokusu ile günlük kullanımda ve adet döneminde kişisel rahatlık sağlayacaktır. Biobellinda intim yıkama jeli paraben, sabun, alerjen koku verici, alkali, alkol, petrokimyasal maddeler ve boyar madde içermez”* ifadelerine, **“Leal Deo Roll-On (Tüy Azaltıcı)”, “Avva Deo Roll-On (Tüy Azaltıcı)”** ve **“Siri Deo Roll-On (Tüy Azaltıcı)”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Özel antiperspirant formülü sayesinde terlemeyi düzenler, kendinizi gün boyu kuru ve güvende hissetmenizi sağlar. Formülündeki doğal aktif bitki özleri sayesinde düzenli kullanımda koltuk altı tüylerin azalmasına yardımcı olur. Ayrıca ürünümüz; dermatolog kontrolünde cilde zarar vermediğine ve alerji yapmadığına dair test edilmiştir”* ifadelerine, **“Leal Deo Roll-On (Kararma Önleyici)”** ve **“Siri Deo Roll-On (Kararma Önleyici)”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Özel antiperspirant formülü sayesinde terlemeyi düzenler, kendinizi gün boyu kuru ve güvende hissetmenizi sağlar. Formülündeki doğal aktif bitki özleri sayesinde düzenli kullanımda cildin renginin açılmasına yardımcı olur. Ayrıca ürünümüz; dermatolog kontrolünde cilde zarar vermediğine ve alerji yapmadığına dair test edilmiştir”* ifadelerine, **“Berenis Şampuan (Kepek Oluşumuna Karşı)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki doğal ve antiseptik yağlar kepek oluşumunu engellemeye ve saç derisini onarmaya yardımcı olur. İçerisindeki yağlar antiseptik olup kepek oluşumuna karşı etkilidir. Saç derinizi nemlendirir ve rahatlatır. Düzenli kullanımlarda görünen kepeği önler ve kepek oluşunu engeller”* ifadelerine, **“Berenis Şampuan (Boyalı Saçlar İçin)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğinde bulunan gül ağacı, ylang ylang yağı ve biberiye yağları sayesinde saç renginin korunmasına yardımcı olur. İçerisindeki özel bilişim sayesinde boyalı, kırılgan ve kuru saçları besleyerek güçlendirir. Saçı yumuşatarak uzamasına yardımcı olur. Saç boyalarının saça verdiği yıpranmaya karşı etkilidir”* ifadelerine, **“Berenis Şampuan (Dökülen Saçlar İçin)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Biberiye, lavanta ve adaçayı yağlarından oluşan özel formülü sayesinde saç derisindeki kan dolaşımını artırarak saçın ve saç derisinin sağlıklı kalmasına yardımcı olur. Düzenli kullanımda saç dökülmesine karşı etkilidir. Zayıflamış saç köklerini güçlendirir. İçindeki doğal yağlarla saç dökülmesine karşı zenginleştirilmiştir. Saçlarınızın kolay taranmasını sağlar. Normal saç tipine uygundur”* ifadelerine, **“Saç Kremi (Boyalı & Yıpranmış Saçlara Özel)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki %100 Doğal Ihlamur Özleri ile saçlarınızı kökten uca besler ve yağlandırıp ağırlaştırmadan nemlendirir. Akışkan kremsi yapısı sayesinde saçlarınıza extra parlaklık ve yumuşaklık kazandırırken; saçı boya, perma, fön, masa gibi termal ve diş etkenlere karşı korur. Boyalı saclarda boyanın ilk günkü rengini korumaya yardımcı olur. Kırılmış ve yıpranmış saç uçlarını onarmaya yardımcı olur. Özellikle ısıya maruz kalan saçlarda çoklu bitkisel koruma sağlar”* ifadelerine, **“Saç Bakım Maskesi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Besleyici ve onarıcı saç bakım maskesi içeriğindeki doğal bitki özleri, Provitamin B5, E vitamini ve shea butter yağı ile Saçınıza derinlemesine işleyerek yıpranmalara karşı korunmasına ve içten onarılmasına yardımcı olur. İstediğiniz extra parlaklık ve ipeksi yumuşaklığı sağlar”* ifadelerine, **“Anti Selülit Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki doğal nemlendiriciler sayesinde cildi nemlendirir ve yumuşatır. Anti Selülit Kremi, sentetik koku verici kimyasallar içermez. İçeriğindeki doğal mentol özleri sayesinde uygularken ferahlık ve kalıcı hoş koku sağlar. Anti Selülit Kreminde kullanılan aktif maddelerin,* ***selülit giderici etkinlikleri*** *klinik çalışmalarla ispatlanmıştır”* ifadelerine, **“Ayak Bakim Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gliserinli ayak bakim kremi antibakteriyel formülü ile ayak kokularını engeller. İçeriğindeki gliserin ve yoğun nemlendirici etkisi ile cildi yumuşatır.* ***Mantara iyi gelir,*** *topuklardaki çatlakların giderilmesine yardımcı olur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.biobellinda.com.tr](http://www.biobellinda.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Anti Selülit Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“İçeriğindeki doğal nemlendiriciler sayesinde cildi nemlendirir ve yumuşatır. Anti Selülit Kremi, sentetik koku verici kimyasallar içermez. İçeriğindeki doğal mentol özleri sayesinde uygularken ferahlık ve kalıcı hoş koku sağlar. Anti Selülit Kreminde kullanılan aktif maddelerin,* ***selülit giderici etkinlikleri*** *klinik çalışmalarla ispatlanmıştır”* ifadeleri ve **“Ayak Bakim Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Gliserinli ayak bakim kremi antibakteriyel formülü ile ayak kokularını engeller. içeriğindeki gliserin ve yoğun nemlendirici etkisi ile cildi yumuşatır.* ***Mantara iyi gelir,*** *topuklardaki çatlakların giderilmesine yardımcı olur”* ifadeleriyle hastalık tedavisinde kullanıldığı imajının yaratıldığı, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Ayrıca, biyosidal ürünlerin reklamlarında *“Biyositleri güvenli kullanınız”* ve *“Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz”* ifadelerine yer verilmesi zorunlu olmasına rağmen, **“Ayak Bakim Kremi”** ve**“İntim Jel”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda söz konusu ifadelere yer verilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 13 üncü, 14 üncü, 18 inci, 19 ucu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**7)**

**Dosya No: 2015/723**

**Şikayet Edilen: Farmasi Enternasyonal Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com) adresli internet sitesinde muhtelif gıda takviyeleri ile temizlik ve kozmetik ürünlerine ilişkin olarak yayımlanan reklamla

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs – Haziran 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Mayıs – Haziran 2015 tarihlerinde [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Advanced Stylıng Mascara”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Özel tasarım fırcası ve ipek proteiniyle geliştirilmiş formülü ile kirpikleri koruyarak güçlendirmeye yardımcı olur”* ifadelerine, **“All In One Ultra Siyah Mascara”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki keratin ile kirpikleri koruyarak güçlendirir”* ifadelerine, **“Deep Black Dolgunlaştırıcı Maskara”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçerdiği Vitamin E ve provitamin B5 sayesinde kirpikleri nemlendirir, besler, kirpiklere bakım yaparak sağlıklı görünmesine yardımcı olur”* ifadelerine, **“Queen Mascara Charmıng No Lımıt”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…içeriğindeki keratin ile kirpikleri koruyarak güçlendirir”* ifadelerine, **“Ruj”**başlığı altında bulunan ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Yüksek pigmentli formülüyle dudaklarınıza tek seferde zengin ve uzun süre kalıcı renk verir. Makademia Yağı ile zenginleştirilmiş formülüyle nemlendirir, Kolajen ile dolgun bir görünüm kazandırır”* ifadelerine, **“Fondöten”**başlığı altında bulunan ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Pro-vitamin B5 ve B3 vitamini, cildi nemlendirirken yenilenmesine yardımcı olur”, “Parlamayı kontrol eden minerallerle güçlendirilmiş mat fondöten, formülündeki kalsiyum, çinko, magnezyum ve bakır içeren multimineral kompleks ile cildinizdeki yağ fazlasını azaltarak, parlama ve sivilce oluşumunu engellemeye yardımcı olur”, “İçeriğindeki Anti-aging aktifi (Thermus Thermoshilus) sayesinde oluşmuş kırışıklıkları azaltır, yeni yaşlanma izlerinin oluşumunu engeller. Hücresel yapılanmayı arttırarak, cildi güneş ışığının zararlı etkisinden korur. Yaşa bağlı oluşan lekeleri azaltır”, “Her cilt tipinin ihtiyacı olan nemi gün boyu sağlarken, maske etkisi yaratmayan tam bir kapatıcılıkla gün boyu akmayan doğal ve dengeli bir görüntü sağlar. Terlemede akmaz. Gözenekleri kapatmaz”, “İçeriğindeki Naturel Mineral sayesinde ciltte ışığı optik olarak yansıtır ve aydınlatır”* ifadelerine, **“Farmasi Deep Look Dıplıner”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Allantoin Karakafes bitkisinin yaprak ve köklerinde elde edilir uzun süre düzenli kullanım ile cilde sağlıklı bir görünüm sağlar. Yatıştırıcı, nemlendirici ve cilde yumuşaklık sağlayan özelliklerinin yanısıra cilt hücre yenilenmesini arttırır ve yaşlılık etkilerini azaltır”* ifadelerine, **“Farmasi Soft Touch Mono Eyeshadow 20 (5G)” ve “Farmasi Soft Touch Mono Eyeshadow 21 (5G)”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Hassas göz çevresine güvenle uygulanabilir. Göz kapağında birikme yapmaz. Gözenekleriniz kapanmaz ve cildiniz nefes alır”* ifadelerine, **“Terracotta Işıltılı Pudra”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Gözeneklerinizi kapatmaz ve cildiniz nefes alır.”* ifadelerine, **“BB Bıo Magıc”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Hyalüronik asit içeren mucizevi formulü ile BB Magic 45+ cilt hücrelerini yenileyerek yaşlanma karşıtı bakım sağlar. Hücre metabolizmasını hızlandırır. Kırışıklıkları ve güneş lekelerini azaltarak dengeli bir cilt tonu sağlar. BB Magic 45+ çok iyi bir antioksidan olmasının yanı sıra özünde bulunan Argan yağı etkinliğiyle ilerleyen yaş ile birlikte gelen elastikiyet kaybını önler. Gözenekleri tıkamadan ve maske etkisi yapmadan cildinizde pürüzsüz bir görünüm sağlar. Ko-enzim Q10 hücre yenilenmesinde gereken enerjinin üretimini sağlayarak cildin yenilenme sürecini destekler”* ifadelerine, **“Farmasi BB Krem”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Ultra hafif formülüyle gözenekleri tıkamadan cilt kusurlarını kapatır, içerisindeki macademia özü ile gün boyu nemlendirir. Vitamin B3 cilde doğal bir parlaklık kazandırırken, yulaf özü cildi besleyerek onarmaya yardımcı olur… İpek protein sayesinde yumuşacık bir cilt sağlar. Kolajen ve Argan Yağı ile mimik ve yaşlılık çizgilerini azaltmaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Farmasi BB Plus”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“BB Plus, Hyaluronik asit içeren mucize formülüyle, cildi yeniler, yaşlanma belirtileri ile savaşır, cildin DNA’sını korur. Hücre metabolizmasının çalışma kalitesini arttırır, güneşin sebep olduğu lekeler ile yaşlılık lekelerini azaltır, cilt tonunu eşitler. Kolajen ve Argan yağı desteği ile ciltte yaşa bağlı olarak oluşan elastikiyet kaybını kontrol eder. Cilt için muhteşem bir antioksidan olan BB Plus, gözenekleri tıkamadan ve maske etkisi göstermeden cilt kusurlarını kapatır. İçerisindeki macadamia özü ve ipek protein ile cildi gün boyu nemlendirir… Vitamin B3 ve macadamia özü sahip oldukları antioksidatif özellikler ile dış etkilere karşı bariyer oluştururken cilde aydınlık bir görünüm kazandırır. Yulaf özü cildi besleyerek onarmaya yardımcı olur ve pürüzsüz bir görünüm sağlar”* ifadelerine, **“Farmasi CC Krem”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Ultra hafif formülüyle gözenekleri tıkamadan cilt kusurlarını mükemmel kapatır, içerisindeki macademia özü ile gün boyu nemlendirir. Multimineral cildin direncini artırırken, Vitamin B3 ve Vitamin C cilt tonunu düzenlemeye ve parlaklık kazandırmaya yardımcı olur. Yulaf özü cildi besleyerek onarmaya yardımcı olur… İpek protein sayesinde yumuşacık bir cilt sağlar. Kolajen ve Argan Yağı ile mimik ve yaşlılık çizgilerini azaltmaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Farmasi BB Göz Kremi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Özel geliştirilmiş formülü ile yoğun bir nemlendirme sağlarken mükemmel kapatıcı özelliği sayesinde her kullanım sonrası daha genç bir görünüme kavuşmanıza yardımcı olur”* ifadelerine, **“Farmasi BB Plus Göz Kremi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Hyaluronik asit içeren mucizevi formülüyle yaşlanma belirtilerine karşı savaşırken aynı zamanda mükemmel bir kapatıcılık sağlar. Yaşlanma belirtilerine karşı savaşır”* ifadelerine, **“Farmasi Skın Care Günlük Nemlendirici Krem (Yağlı Ciltler)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mineral Kompleks ile zenginleştirilmiş formülü ile gözenekleri sıkılaştırmaya, cildi kurutmadan yağ dengesini korumaya yardımcı olur. Özel formüle edilmiş Karbonhidrat Kompleksi cildin uzun süre nemli kalmasına, Çay Ağacı Yağı antibakteriyel özelliğiyle cildi akne oluşumundan korumaya yardımcı olur. Düzenli kullanımda cilde mat ve sağlıklı bir görünüm verir”* ifadelerine, **“%100 Man Cool Göz Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hassas göz çevresi için özel aktiflerle geliştirilmiş formülü sayesinde, yorgun görünümü giderir, nemlendirerek aydınlatır. Koyu renk halkaların ve çizgilerin görünümünü azaltmaya yardımcı olur.”* ifadelerine, **“Farmasi Skın Care Antı-Agıng Yüz Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Formülündeki Argan yağı ile, cildinizi besler ve yumuşatır. Cildinizi sürekli nemli tutarak, yaşlılık izlerinin önüne geçmeye yardımcı olur. Aloe Vera ve E Vitamini ile cildinizi çevresel faktörlerden ve zararlarından korumayı destekler. Cildinize canlılık ve yumuşak bir dokunuş verir. Aloe vera cilt için mükemmel bir nemlendirici ve yenileyicidir. Cildi sakinleştirir ve parıltı verir… Argan yağı erken yaşlanmaya karşı koruyarak, ince çizgileri ve kırışıklıkların oluşumunu yavaşlatır. Doğal nem sağlayarak cildin parlak, pürüzsüz ve temiz görünmesini sağlar. Vitamin E saç ve cilt bakımında sağlık veren bir aktifdir. Kuvvetli bir antioksidandır ve erken yaşlılık etkierinden korur. Cildi nemlendirmeye, aydınlatmaya ve hücre yenilenmesine katkıda bulunur”* ifadelerine, **“Magıcal Beauty Yüz Beyazlatıcı Krem (Multı Vıtamıne)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki B3 vitamini ve C vitamini ile cilde ışıltı kazandırır. Multi vitaminlerle yağ salgısını dengeleyici bakım yapar. Cildin renk tonun açılmasına ve eşit bir cilt tonun oluşmasına yardımcı olur. Koyu lekelerin ve güneş lekelerinin görünümünü hafifleterek aydınlık ve pürüssüz bir görünüm sağlar. Düzenli kullanımında cilt berraklığında gelişme gösterir”* ifadelerine, **“Farmasi Mılkey Nemlendirici Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Keçi sütü, bal ve badem özü içeren M’ilkey Duş Jeli yoğun kremsi yapısıyla cildi ferahlatarak derinlemesine temizler. Keçi sütünde bulunan laktik asit gibi alfa-hidroksi asitler hücre yenilenmesine yardım ederek daha genç bir görünüm sağlar. Badem özü içinde bulunan selenyum gibi mineraller cilt kuruluğunu önler”* ifadelerine, **“Farmasi Olıva Besleyici Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“O’liva Duş Jeli, buğday, soya ve mısır gibi proteinlerin karışımı olan protein kompleksi ile zeytinyağını bol miktarda içeren eşsiz bir üründür. Kremsi yapısıyla cildi derinlemesine temizlerken pürüzsüz ve ipeksi bir görünüm sağlar. İçeriğindeki zeytinyağı cilt elastikiyetini korur ve gün içinde maruz kalınabilecek kirlilik ve kimyasallara karşı etkili bir bakım sunar”* ifadelerine, **“Farmasi Rose Therapy Doğal Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Rose Water Duş Jeli, kremsi yapısıyla cildinizde köpürürken derinlemesine temizlik sağlar. Gül suyunun cilt tonunu düzenleyici ve dengeleyici özellikleri vardır”* ifadelerine, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Seatheraphy Duş Jeli, içeriğindeki Aloe vera ve deniz mineralleri ile cildi derinlemesine temizler ve nemlendirir. Antioksidan etkileriyle cildi serbest radikal hasarına karşı korumaya alırlar.”* ifadelerine, **“Farmasi Arganoıl Şampuan”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Argan Yağı ve Kafein içeren Şampuan, özellikle hasarlı ve boyalı saçları onarmak için formüle edilmiştir. Argan yağı, hasar görmüş ve kurumuş saçları onarmada etkili olabilecek miktarda E vitamini ve %80 oranında yağ asiti içermektedir. Kafein ise saç köklerini uyararak saç uzamasını hızlandırmaktadır”* ifadelerine, **“Farmasi Mılkey Şampuan”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Keçi sütü, bal ve badem yağı ile zenginleştirilmiş M’ilkey Şampuan saçları nazikçe arındırırken nemlendirir ve besler. Hasar görmüş saç tellerinin onarılmasına yardımcı olur. Protein kompleksi ile zenginleştirilmiş formülü saçların daha sağlıklı, ipeksi ve parlak görünmesini sağlar. Keçi sütünde bulunan yüksek orandaki yağ asitleri saçları güçlendirir ve ekstra koruma verir. Badem yağı saçları onarırken saç dökülmesine sebep olan kuruluk problemini ortadan kaldırır”* ifadelerine, **“Farmasi Rose Therapy Şampuan”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ferahlatıcı formüle sahip Rose Water Şampuan, saçları onarırken tüm bakımını da yapar. Saçların kolajen yapısı, gün içerisinde maruz kalınan kirlilik ve kimyasallar nedeniyle yıpranır. Gül suyunda bulunan doğal Omega içeriği, saçların doğal pH’ ını ve kolajen yapısını korumaya yardım eder”* ifadelerine, **“Herbal Şampuan (Canlandırıcı & Onarıcı)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Her saç tipine uygun ve sık kullanım için geliştirilmiş bakım şampuanı formülündeki zengin Bitki Özleri ve Vitamin Kompleksi ile saçı kökünden ucuna kadar besler ve güçlendirir. Kırılarak dökülmeyi önler, saçın uzamasını kolaylaştırır. Saça ihtiyaç duyduğu nemi sağlarken, saç diplerini rahatlatarak, sağlıklı bir saç derisi oluşumunda etkilidir”* ifadelerine, **“Herbal Şampuan (Kuru & Yıpranmış & Boyalı Saçlar)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki Orkide Otu, Buğday Proteini ve Provitamin B5 ile kuru, yıpranmış ve boyalı saçlara canlı ve parlak bir görünüm verir, aynı zamanda elektriklenmeyi önlemeye yardımcı olur. Orkide Ekstraktı saçları derinlemesine nemlendirirken saç kırılmasını önler ve saça doğal bir ışıltı verir. Buğday proteini saçların yeniden yapılanmasını sağlar ve onarır, saçlara parlaklık kazandırır. Provitamim B5 saç köklerine nüfuz ederek, saçları nemlendirir. At Kestanesi ve Nar Özü saçları günlük yıpranmalara karşı korur ve boyalı saçlarda rengin korunmasına yardımcı olur”* ifadelerine, **“Vıtalızıng Isırgan Otlu Şampuan”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vitalizing anti dandruff şampuan içeriğindeki keratin, climbazole, ısırgan otu ve provitamin B5 ile saçtaki kepek oluşumunu önler. Isırgan otu ile saç dökülmesini durdurabilir, cılız saçlarınızı gürleştirebilirsiniz. Sürekli kırılan saçlarınızı onarabilirsiniz. Vitalizing anti dandruff şampuan paraben, silikon, triclosan ve tuz içermez”* ifadelerine, **“7 Etkili Komple Ağız Bakım Beyazlatıcı Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi Laboratuvarlarında özel olarak geliştirilmiş Advanced Care Diş Macunu, 7 etkili formülüyle daha sağlıklı ve parlak dişlerin oluşumuna yardımcı olur. Adaçayı ve çay ağacı yağıyla bakteri ve tartar oluşumunu önlemeye yardımcı olur. Papatya ekstraktı ile diş hassasiyetini azaltır. İçeriğindeki mineral tuzlarla diş minesini korur, mentolle nefesinizi ferahlatır”* ifadelerine, **“Aloe Vera Jel Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi Laboratuvarlarında özel olarak geliştirilmiş Eurofresh Aloe Vera içeriğindeki Aloe vera ve çay ağacı yağı ekstratı ile çay, kahve ve sigara lekelerinin oluşumunu engellemeye yardımcı olur. Nefesinize ferahlık sağlar. Çay ve kahve severler için kesin çözüm”* ifadelerine, **“Misvaklı Beyazlatıcı Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi Laboratuvarlarında özel olarak geliştirilmiş Eurofresh Whitening Diş Macunu, içeriğindeki Misvak ve Çay ağacı yağı ile çay ve kahvenin oluşturduğu lekelerini temizler, plak oluşumunu engellemeye yardımcı olur, dişleri nazikçe beyazlatır.”* ifadelerine, **“Onarıcı Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi laboratuvarlarında özel olarak geliştirilen Eurofresh Repairing Diş Macunu, formülündeki extra yoğun bitki özleri sayesinde nefesinizin daha ferah ve gülüşlerinizin daha beyaz olmasını sağlar. İçeriğindeki extra yoğun misvak ile ağızda oluşan kötü kokuları giderir ve dişlerinizin daha beyaz olmasına yardımcı olur. Çay ağacı yağı, ağızda bulunan bakteri plağının oluşmasını engeller. Aloe vera özü, diş etlerinizi güçlendirir, nefesinizi tazeler”* ifadelerine, **“Farmasi Aleovera Therapy Yenileyici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aloe Vera El Kremi içeriğindeki nemlendirici Aloe Vera ve değerli Beyaz Çay özleriyle cilt tarafından hemen emilir ve kuruluğu tamamen ortadan kaldırır. Beyaz çay, vücudu serbest radikallere karşı koruyan antioksidan özelliğine sahiptir. Vitamin E kombinasyonu ile güneş lekeleri ile erken yaşlanma belirtilerinin iyileştirilmesine yardımcı olur. Aloe vera cilt için mükemmel bir nemlendirici ve yenileyicidir. Cildi sakinleştirir ve parıltı verir. Beyaz çay özü katekinler bakımından hayli zengin bir antioksidandır; cildin doğal direncini korur ve yeniden oluşturur. Vitamin E saç ve cilt bakımında sağlık veren bir aktifdir. Kuvvetli bir antioksidandır ve erken yaşlılık etkierinden korur. Cildi nemlendirmeye, aydınlatmaya ve hücre yenilenmesine katkıda bulunur”* ifadelerine, **“Farmasi Arganoıl Gençleştirici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yüksek miktarda E vitamini ve % 80’ e yakın yağ asiti içeren Argan yağı, pürüzlü ve kuru ellerin iyileşmesine yardımcı olur. Ayrıca tırnakları ve tırnak etlerini güçlendirir. Argan yağı erken yaşlanmaya karşı koruyarak, ince çizgileri ve kırışıklıkların oluşumunu yavaşlatır. Doğal nem sağlayarak cildin parlak, pürüzsüz ve temiz görünmesini sağlar. Kuru ve yıpranmış saçlar için güçlü nemlendirici etkileri ile ve kıvırcık saçları sakinleştirerek güzel bir görünüm sağlar. Kafein ciltte dolaşımı uyarak cilde sağlık kazandırır”* ifadelerine, **“Farmasi Mılkey Nemlendirici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Keçi Sütü, cildin elastikiyetini ve yumuşaklığını korur, uzun süre nem ihtiyacını karşılar, cildi yeniler ve yatıştırmaya yardım eder… Bal ekstraktı antiaging cilt bakımında cilde yoğun bir beslenme sağlarken cildi rahatlatır. Keçi sütü, anne sütüne en çok benzeyen süttür. Anne sütünden sonra bebek için en faydalı, en besleyici süt olarak gösterilmektedir. Keçi sütünde kalsiyum oranı inek sütüne oranla oldukça yüksektir. Laktoz oranı bakımından proteince zengin besin değerlerine sahiptir. Tatlı badem, kuru ve çatlak ciltleri çok olumlu etkiler ve pürüzlerini giderir. Kaşları yanan/küsen ya da bir şekilde dökülmüş kişilerin periyodik olarak kaşlarına badem yağı sürmesi çok başarılı sonuçlar verir”* ifadelerine, **“Farmasi Rose Therapy Doğal El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal gül suyu içeren bu kremin anahtar bileşeni, derinin sert dış tabakasını besleyen ve ince çizgiler ile güneş lekelerinin azalmasına yardımcı olan linolenik asittir”* ifadelerine, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildi nemlendirerek çatlak görünümünü azaltır”* ifadelerine, **“Dr C. Tuna Ayak Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi Laboratuvarlarında özel olarak geliştirilmiş Dr C Tuna Foot Cream, içeriğindeki Allantoin sayesinde cildi yeniler. Adaçayı ekstraktı istenmeyen kokuları önler ve nemlendirir”* ifadelerine, **“Epılex Aloe Vera & Argan Yağı Tüy Dökücü (3 Dakika)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi Laboratuvarlarında özel olarak geliştirilmiş Epilex Hair Removing Cream istenmeyen tüylerinizden kurtulmak için size sadece 3 dakikada hızlı, pratik ve güvenilir bir çözüm sunar. İçeriğindeki Argan ve Aloe Vera sayesinde cildiniz tahriş olmaz ve ipek gibi yumuşak ve pürüzsüz bir cilt sağlar”* ifadelerine, **“Epılex Gül Suyu & Shea Yağı Tüy Dökücü (5 Dakika)”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi Laboratuvarlarında özel olarak geliştirilmiş Epilex Hair Removing Cream istenmeyen tüylerinizden kurtulmak için size sadece 5 dakikada hızlı, pratik ve güvenilir bir çözüm sunar. İçeriğindeki Gül ve Shea yağı sayesinde cildiniz tahriş olmaz ve ipek gibi yumuşak ve pürüzsüz bir cilt sağlar”* ifadelerine, **“Çay Ağacı Yağlı El Ve Vücut Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Lekelerin giderilmesine ve cildi pürüzsüzleştirmeye yardımcı olur. Çay Ağacı Yağı, tüm vücudunuzda koruyucu bir bariyer oluşturarak cildinizi dış etkenlere karşı korur”* ifadelerine, **“%100 Man Cool Tıraş Köpüğü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sandal ağacı yağı kaşıntı ve iltihaplanmanın önlenmesinde yardımcı olur”* ifadelerine, **“Vıtalızıng Saç Bakım Maskesi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“…saç uzamasını hızlandırmaya ve saç dökülmelerini azaltmaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Farması %100 Man Cool Roll On”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bakteri oluşumunu engelleyerek 24 saate kadar kötü kokuya karşı korur Gözeneklerinizi tıkamaz, cildiniz nefes almaya devam eder. Cildinizin mikroflorasına uygundur”* ifadelerine, **“Farması Brave Whıte Deo Roll On Men”, “Farması Gaucho Deo Roll On Men”, “Farması Shooters Deo Roll On Men”, “Farması Scandal Deo Roll On Women”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Bakteri oluşumunu engelleyerek 24 saate kadar kötü kokuya karşı korur Gözeneklerinizi tıkamaz, cildiniz nefes almaya devam eder. Cildinizin mikroflorasına uygundur”* ifadelerine, **“Mr Wıpes Sıvı Çamaşır Deterjanı Beyazlar”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mr Wipes Özel Çamaşır Deterjanınız beyaz çamaşırlarda mükemmel sonuçlar sağlar. İçerdiği sıvı enzim ve optik beyazlatıcılarla inanılmaz beyazlık ve parlaklık gösterir. Beyaz çamaşırlarda oluşan gri iplikçikleri ortamdan uzaklaştırarak beyazların parlaklık ve temizliğini uzun süre korur”* ifadelerine, **“Mr Wıpes Sıvı Çamaşır Deterjanı Renkliler”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Renkleri yeniden canlandıran etkisiyle, renklilerinizin solmasını önlemeye yardımcı olurken oluşan gri iplikçikleri giysilerinizden uzaklaştırarak renklerşn canlılığını daha uzun süre korur, yeni gibi kalmasına yardımcı olur”* ifadelerine, **“Mr Wıpes Elde Bulaşık Yıkama Sıvısı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Jel deterjan bulaşıkta mükemmel sonuçlar sağlar. Anında çözülebilen jel, erişilmez temizleme gücüne sahiptir. Ayrıca, bulaşıklarınıza zarar vermeden temizler. Güçlü tanecikleri sayesinde hem bulaşıklarınızı ışıl ışıl yapar, hem de değerli sofra takımlarınızı ilk günkü haliyle korur”* ifadelerine, **“Mr Wipes Çamaşır Yumuşatıcısı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çamaşır Makinelerinin son durulama devresinde veya kurutma makinesinede ilave edilenn Mr Wipes Çamaşır Yumuşatıcısı kumaşın her lifini bir tabaka şeklinde sararak yıkama nedeni ile çoğu kez azalan tekstil yumuşatma maddelerini geri kazandırır. Bir yandan yumuşaklık verirken diğer yandan beyazların daha parlak renklilerin daha canlı görünmesini sağlar. Güçlü anti-statik özelliği ile statik enerjinin oluşturduğu yapışma ve rahatsızlık hissini önler. Mr Wipes Çamaşır Yumuşatıcısı Beyazlar, Renkliler ve yıkanabilir bütün kumaşlarda güvenle kullanılabilir”* ifadelerine, **“Mr. Wıpes Bulaşık Makinası Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bulaşık sıvısı doğada hızla çözülebilme özelliği sayesinde her türlü kirli ve yağlı yüzeyde yüksek etkili temizlik gücüne sahiptir. Özel formülasyonu sayesinde inatçı kir ve yağları temizler. Doğa dostu özel koruyucular sayesinde cilde zarar vermez. İçeriğindeki doğal ham madde ve asitlerle güvenli sağlılklı çevreye zarar vermeyen temizlik sağlar… fosfat içermez. Çevre dostudur”* ifadelerine, **“MR. Wıpes Çok Amaçlı Temizleyici Drop”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Konsantre formülü fosfat, paraben, sülfat veya klorlu ağartıcılar içermez, cildi tahriş etmez. İçeriğindeki tüm maddeler doğada biyolojik olarak parçalanır”* ifadelerine, **“MR. Wıpes Home Clean Renk Koruyucu Bez”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Renkli çamaşırlar yıkanırken boya bıraktığı için tekstil boyasını kendi içine hapsedip sonra tekrar dışarı vermiyor, Sellülozun modifiye edilmesi ile elde ediliyor, selluloz katyonik hale getiriliyor, üzerinde hiçbir kimyasal madde yok. Sağlığa zararlı değil. Ekoteks 100 (Doğal ürünler standartı) testinden A seviyesinde geçiyor. Çeşitli renklerde çamaşırların bir arada yıkanmasını sağlar. Kotları yıkarken sadece kotların olduğu bir yıkamada kullanılması tavsiye ediliyor. Bezin rengi koyulaşana kadar birden fazla yıkamada da kullanılabilir”* ifadelerine, **“MR. Wıpes Yüzey Temizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Evinizdeki tüm yüzeylerde (fayans, mermer, marley, karo, granit v.b) kullanabileceğiniz doğa dostu bir üründür. İçeriğindeki etkin maddeler sayesinde cildi tahriş etmez. Fosfat, ağartıcı ve sert asitler içermez”* ifadelerine, **“Technolog Jant Temizleyici Parlatıcı Islak Mendil”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nano teknoloji ile geliştirilmiştir”* ifadelerine, **“Technolog Cam Koruyucu Yağmur Kaydırıcı Islak Mendil”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nano teknoloji ile geliştirilmiştir. İleri mikro-polimer cam kaplama teknolojisi ile minimum 30 gün etkili”* ifadelerine, **“Technolog Deri Döşeme Koruyucu Ve Besleyici Islak Mendil”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nano teknoloji ile geliştirilmiştir. Su, kir ve yağ itici, anti-statik etkili”* ifadelerine, **“Technolog Mobilya Ve Ahşap Parlatıcı Islak Mendil”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nano teknoloji ile geliştirilmiştir. Haftalarca süren koruyucu, parlatıcı ve anti-statik etkili”* ifadelerine, **“Technolog Oto İç Mekan Leke Çıkarıcı Islak Mendil”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Nano teknoloji ile geliştirilmiştir. Tüm plastik, der, ve kumaş yüzeylerde leke çıkarıcı antibakteriyel etki”* ifadelerine, **“Mikrofiber Makyaj Temizleme Eldiveni”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bu mucize eldiven ile makyajınızı sadece su ile temizleyebileceksiniz Hasas mikrofiber dokusu sayesinde cildinizi derinlemesine temizler ve peeling etkisi yaratır”* ifadelerine, **“Farmasi Mılkey Nemlendirici Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Badem özü içinde bulunan selenyum gibi mineraller cilt kuruluğunu önler ve* ***güneş yanıklarına iyi gelir****”* ifadeleri, **“Farmasi Rose Therapy Doğal Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ayrıca ciltte oluşabilecek leke, kızarıklık ve yaraların iyileşmesine yardım eder”* ifadeleri, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Deniz minerallerinin doğal anti-inflamatuvar etkisi vardır, bu özellikleri sayesinde ciltteki kızarıklık ve kurulukların önlenmesine yardımcı olurlar”* ifadeleri, **“Doğal Sabun Tahta Altlı Isırgan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Isırgan otu içerdiği özler sayesinde vücuttaki sivilce lekelerini ve yaralarını iyileştirir. Sıcak su ile banyo masajında romatizmalı ve ağrılı bölgelerde rahatlama sağlar”* ifadelerine, **“Doğal Sabun Tahta Altlı Papatya”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Papatya sabunu cildi temizler cilt üzerinde lekelerin yok olmasını sağlarken içerdiği nemlendirici özler sayesinde cilde tazelik kazandırır ve ferahlatır”* ifadeleri, **“Farmasi Arganoıl Gençleştirici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Selülit yapısını gidermede yardımcı olur”* ifadeleri, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Deniz yosunu, kırmızı ve iltihaplı ciltleri yatıştırmaya yardımcı olan doğal bir anti-enflamatuvardır”* ifadeleri, **“Farmasi Aleovera Therapy Yenileyici El Ve Vücut Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vitamin E kombinasyonu ile güneş lekeleri ve erken yaşlanma belirtilerinin iyileştirilmesine yardımcı olur”* ifadeleri, **“Farmasi Rose Therapy Doğal El Ve Vücut Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ana bileşeni doğal gül suyu olan bu losyon, gül suyunun anti-enflamatuvar etkisi ile güneş yanıklıklarının iyileştirilmesine de yardımcı olur”* ifadeleri, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici El Ve Vücut Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Deniz yosunu kırmızı ve iltihaplı ciltleri yatıştırmaya yardımcı olan doğal bir anti-enflamatuvardır”* ifadeleri, **“DR C. Tuna Ayak Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Climbazol ile mantar enfeksiyonlarından korumaya yardımcı olur”* ifadeleri, **“%100 Man Cool Tıraş Köpüğü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sandal ağacı yağı kaşıntı ve iltihaplanmanın önlenmesinde yardımcı olur”* ifadelerine, **“DR C. Tuna Antı-Selulıt Jel”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi Anti Selülit Jel, içeriğindeki Kafein, Karnitin, Biberiye ve B3 Vitamini ile selülit görünümüne neden olan yağ hücrelerine etki ederek, bu hücrelerin küçülmesine yardımcı oluyor”* ifadelerine, **“DR C. Tuna İnceltici & Sıkılaştırıcı Vucüt Scrubı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Farmasi İnceltici & Sıkılaştırıcı Scrub yoğun miktarda Kafein ve Karnitin içeren özel formülü ile bölgesel yağlanmadan kurtulmaya, cilt elastikiyetinin artmasına ve toparlanmasına yardımcı olur”* ifadeleri ve **“Zayıflama Kemeri”, “Magıc Wave Yağ Yakıcı Kapri”, “Magıc Wave Yağ Yakıcı Tayt”, “Manyetik (Mıknatıslı) Termal Zayıflama Kemeri”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde **“Himalaya Kristal Tuzu - Taneli Tuz”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Sağlıklı hücre oluşumuna katkıda bulunup hücreleri oksijenle yüklendiğinden vücudun uzun yıllar sağlıklı kalmasına yardımcı olur. Vücudun asit baz dengesine yardımcı olur. Organik Sole kristali içtiğiniz suda ve yemeğinizde düzenli kullanıldığında rahatsızlıkların tedavisinde yardımcı olur”* şeklinde,**“Naturelin Chıtosan Efervesan Tablet”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Vücuda dışarıdan alınan yağları tutarak, bağırsaklardan atılmasını kolaylaştırır, zayıflamaya yardımcı olur”* şeklinde,**“Naturelin Omega 3 Balık Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Çocuklarda büyüme ve gelişme, yetişkinlerde kalp, damar ve sinir sistemi desteği sağlar”* endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde; *“Çay Ağacı Yağı antibakteriyel özelliğiyle cildi akne oluşumundan korumaya yardımcı olur.”, “Aloe vera… Yeni saç oluşumunu destekler. Çay ağacı yağı doğal antibakteriyel ve antienflamatuar özellikleri ile sivilcelere karşı savaşırken, yanıklarda ve ayak mantarlarında tedavi edici özellikler gösterir.”, “Bal ve badem özleriyle harmanlanan bu özel formül içinde yer alan selenyum gibi mineraller cilt yanıklarının iyileştirilmesinde etkin rol oynar.”, “Tatlı badem... Özellikle karın, bel, basen ve kalça kısmında oluşan cilt çatlaklarının giderilmesinde, besleyici, onarıcı, koruyucu, yumuşatıcı ve nemlendirici olarak cilt bakımında badem yağı kullanılmaktadır”* şeklinde ifadeler ile tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu ürünlerin tanıtımında kullanılan hastalıkları önleme, iyileştirme ve tedavi etme özelliği olduğunu bildiren veya ima eden benzerinitelikte yanıltıcı sağlık beyanlarının kullanıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Ayrıca, **“Farmasi Skın Care Günlük Nemlendirici Krem (Yağlı Ciltler)”,** **“Onarıcı Diş Macunu”,****“Antibakteriyel Mikrofiber Cam Bezi”, “Antibakteriyel Mikrofiber Halı-Koltuk Ve Yer Silme Bezi”, “Antibakteriyel Mikrofiber İspanyol Mop”, “Antibakteriyel Mikrofiber Zor Kir Ve Yağ Bezi”, “Technolog Oto İç Mekan Leke Çıkarıcı Islak Mendil”** isimli ürünlerin biyosidal ürün ruhsatı bulunmadığı halde tanıtımlarda antibakteriyel ifadesi kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Farmasi Mılkey Nemlendirici Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Badem özü içinde bulunan selenyum gibi mineraller cilt kuruluğunu önler ve* ***güneş yanıklarına iyi gelir****”* ifadeleri, **“Farmasi Rose Therapy Doğal Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Ayrıca ciltte oluşabilecek leke, kızarıklık ve yaraların iyileşmesine yardım eder”* ifadeleri, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici Duş Jeli”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Deniz minerallerinin doğal* ***anti-inflamatuvar etkisi*** *vardır, bu özellikleri sayesinde ciltteki kızarıklık ve kurulukların önlenmesine yardımcı olurlar”* ifadeleri, **“Doğal Sabun Tahta Altlı Isırgan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“****Isırgan otu içerdiği özler sayesinde vücuttaki sivilce lekelerini ve yaralarını iyileştirir. Sıcak su ile banyo masajında romatizmalı ve ağrılı bölgelerde rahatlama sağlar****”* ifadeleri, **“Doğal Sabun Tahta Altlı Papatya”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Papatya sabunu cildi temizler* ***cilt üzerinde lekelerin yok olmasını sağlarken*** *içerdiği nemlendirici özler sayesinde cilde tazelik kazandırır ve ferahlatır”* ifadeleri, **“Farmasi Arganoıl Gençleştirici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Selülit yapısını gidermede yardımcı olur”* ifadeleri, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici El Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“****Deniz yosunu, kırmızı ve iltihaplı ciltleri yatıştırmaya yardımcı olan doğal bir anti-enflamatuvardır****”* ifadeleri, **“Farmasi Aleovera Therapy Yenileyici El Ve Vücut Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Vitamin E kombinasyonu ile güneş lekeleri ve erken yaşlanma belirtilerinin iyileştirilmesine yardımcı olur”* ifadeleri, **“Farmasi Rose Therapy Doğal El Ve Vücut Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Ana bileşeni doğal gül suyu olan bu losyon, gül suyunun anti-enflamatuvar etkisi ile güneş yanıklıklarının iyileştirilmesine de yardımcı olur”* ifadeleri, **“Farmasi Seatherapy Nemlendirici El Ve Vücut Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Deniz yosunu kırmızı ve iltihaplı ciltleri yatıştırmaya yardımcı olan doğal bir anti-enflamatuvardır”* ifadeleri, **“DR C. Tuna Ayak Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Climbazol ile mantar enfeksiyonlarından korumaya yardımcı olur”* ifadeleri, **“%100 Man Cool Tıraş Köpüğü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Sandal ağacı yağı kaşıntı ve iltihaplanmanın önlenmesinde yardımcı olur”* ifadelerinin, **“DR C. Tuna Antı-Selulıt Jel”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Farmasi Anti Selülit Jel, içeriğindeki Kafein, Karnitin, Biberiye ve B3 Vitamini ile selülit görünümüne neden olan* ***yağ hücrelerine etki ederek,*** *bu hücrelerin küçülmesine yardımcı oluyor”* ifadelerinin, **“DR C. Tuna İnceltici & Sıkılaştırıcı Vucüt Scrubı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Farmasi İnceltici & Sıkılaştırıcı Scrub yoğun miktarda Kafein ve Karnitin içeren özel formülü ile* ***bölgesel yağlanmadan kurtulmaya, cilt elastikiyetinin artmasına ve toparlanmasına yardımcı olur****”* ifadeleri ve **“Zayıflama Kemeri”, “Magıc Wave Yağ Yakıcı Kapri”, “Magıc Wave Yağ Yakıcı Tayt”, “Manyetik (Mıknatıslı) Termal Zayıflama Kemeri”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen ifadelerle hastalık tedavisinde kullanıldığı imajının yaratıldığı, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, [www.farmasiint.com](http://www.farmasiint.com) adresli internet sitesinde **“Himalaya Kristal Tuzu - Taneli Tuz”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Sağlıklı hücre oluşumuna katkıda bulunup hücreleri oksijenle yüklendiğinden vücudun uzun yıllar sağlıklı kalmasına yardımcı olur. Vücudun asit baz dengesine yardımcı olur. Organik Sole kristali içtiğiniz suda ve yemeğinizde düzenli kullanıldığında rahatsızlıkların tedavisinde yardımcı olur”* şeklinde,**“Naturelin Chıtosan Efervesan Tablet”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Vücuda dışarıdan alınan yağları tutarak, bağırsaklardan atılmasını kolaylaştırır, zayıflamaya yardımcı olur”* şeklinde,**“Naturelin Omega 3 Balık Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Çocuklarda büyüme ve gelişme, yetişkinlerde kalp, damar ve sinir sistemi desteği sağlar”* endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde yer verilen; *“Çay Ağacı Yağı antibakteriyel özelliğiyle cildi* ***akne oluşumundan korumaya*** *yardımcı olur.”, “Aloe vera…* ***Yeni saç oluşumunu destekler.*** *Çay ağacı yağı doğal antibakteriyel ve* ***antienflamatuar*** *özellikleri ile* ***sivilcelere karşı savaşırken, yanıklarda ve ayak mantarlarında tedavi edici özellikler gösterir.****”, “Bal ve badem özleriyle harmanlanan bu özel formül içinde yer alan selenyum gibi mineraller* ***cilt yanıklarının iyileştirilmesinde*** *etkin rol oynar.”, “Tatlı badem... Özellikle karın, bel, basen ve kalça kısmında oluşan* ***cilt çatlaklarının giderilmesinde,*** *besleyici, onarıcı, koruyucu, yumuşatıcı ve nemlendirici olarak cilt bakımında badem yağı kullanılmaktadır”* şeklinde ifadeler ile tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu ürünlerin tanıtımında kullanılan hastalıkları önleme, iyileştirme ve tedavi etme özelliği olduğunu bildiren veya ima eden benzerinitelikte yanıltıcı sağlık beyanlarının kullanıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Ayrıca, **“Farmasi Skın Care Günlük Nemlendirici Krem (Yağlı Ciltler)”,** **“Onarıcı Diş Macunu”,****“Antibakteriyel Mikrofiber Cam Bezi”, “Antibakteriyel Mikrofiber Halı-Koltuk Ve Yer Silme Bezi”, “Antibakteriyel Mikrofiber İspanyol Mop”, “Antibakteriyel Mikrofiber Zor Kir Ve Yağ Bezi”, “Technolog Oto İç Mekan Leke Çıkarıcı Islak Mendil”** isimli ürünlerin biyosidal ürün ruhsatı bulunmadığı halde tanıtımlarda antibakteriyel ifadesi kullanıldığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

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

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 13 üncü, 14 üncü, 18 inci, 19 ucu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**8)**

**Dosya No: 2015/1056**

**Şikayet Edilen: Eczacıbaşı Hijyen Ürünleri San ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Uni Baby Şampuan”*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ocak – Eylül 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, Gazete, Dergi, İnternet, Ürün Ambalajı

**Tespitler:** Ocak – Eylül 2015 tarihleri arasında muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda *“Hayatınızın rengi o. Boyaya ihtiyacı yok. Uni Baby Şampuan boya içermez. Uni Baby’den en iyisini isteyen annelere boyasız şampuan. Uni Baby onun için en iyisini istersiniz. Paraben, alkol, boya, SLS/SLES içermez”, “Çocuğunuz hayatınızın rengi, boyaya ihtiyacı yok. En iyisini isteyen annelere Uni Baby boyasız şampuan. Bebeğinizin saç ve saç derisini besler, yapılandırır ve canlandırır. Göz yakmaz”, “En iyisini isteyen annelere Uni Baby boyasız şampuan”, “Uni Baby 🡪 boya içermez*

*Diğer şampuan 🡪 Renk kodu: CL 45350*

*Bir başka diğer şampuan 🡪 Renk kodu: CL 15985”,* ürün ambalajında ise***“****Sülfat içermez”* ifadesine yer verilmesine karşın, ürün ambalajında içindekiler bölümünde *“Magnesium Laureth Sulfate, Magnesium Laureth-8 Sulfate, Sodium Oleth Sulfate, Magnesium Oleth Sulfate”* bileşenlerine ve *“GMP (İyi İmalat Uygulamaları) – Kozmetik belgelerine sahip tesisimizde Kalite Yönetim Sistemine uygun olarak üretilmektedir”* ifadelerine yer verildiği,

[www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde **“Neden Uni Baby?”** başlığı altında *“Bebek Cildi Hassastır – (…)Yenidoğan bebekleri koruyan tabaka Vernikse zarar vermeyen saf içerikli ürünler üreten Uni Baby, bebeğinizin cilt özelliğine uygun ürünler geliştiren ilk markadır”* ifadesine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ***“Uni Baby Şampuan”*** isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen; *“Hayatınızın rengi o. Boyaya ihtiyacı yok. Uni Baby Şampuan boya içermez. Uni Baby’den en iyisini isteyen annelere boyasız şampuan. Uni Baby onun için en iyisini istersiniz. Paraben, alkol, boya, SLS/SLES içermez”, “Çocuğunuz hayatınızın rengi, boyaya ihtiyacı yok. En iyisini isteyen annelere Uni Baby boyasız şampuan. Bebeğinizin saç ve saç derisini besler, yapılandırır ve canlandırır. Göz yakmaz”, “En iyisini isteyen annelere Uni Baby boyasız şampuan”,*

*“Uni Baby 🡪 boya içermez*

*Diğer şampuan 🡪 Renk kodu: CL 45350*

*Bir başka diğer şampuan 🡪 Renk kodu: CL 15985”*

ifadeleri ile boyasız şampuanların en iyi ve doğru tercih olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu ancak reklamlarda belirtilen renklendiricilerin Kozmetik Yönetmeliği kapsamında *“Kozmetik Ürünlerde Kullanılmasına İzin Verilen Boyar Maddelerin Listesi”* içinde yer verilen *“Tüm kozmetik ürünlerde kullanılmasına izin verilen boyar maddeler”* arasında yer aldığı, dolayısıyla ilgili mevzuatınca kullanılmasına izin verilmiş olan bileşenlerin zararlı olduğu izlenimi oluşturularak rakip ürünlerin kötülendiği,

Diğer taraftan, inceleme konusu reklamlarda ***“Sülfat içermez”*** ifadesine yer verilmesine karşın, ürün ambalajında içindekiler bölümünde; *“Magnesium Laureth Sulfate, Magnesium Laureth-8 Sulfate, Sodium Oleth Sulfate, Magnesium Oleth Sulfate”* bileşenlerine yer verildiği, bu durumun tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına yol açtığı,

Bununla birlikte, ürün ambalajında yer verilen ***“GMP (İyi İmalat Uygulamaları) – Kozmetik belgelerine sahip tesisimizde Kalite Yönetim Sistemine uygun olarak üretilmektedir”*** ifadesi ile Kozmetik ürünler yönetmeliğinin 11 inci maddesi kapsamında zaten zorunlu olan İyi İmalat Uygulamaları Kılavuzuna göre üretim yapıldığı belirtilerek, rakip ürünlerden farklı olduğu algısı oluşturulduğu ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Ayrıca, [www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde **“Neden Uni Baby?”** başlığı altında yer verilen ***“Bebek Cildi Hassastır – (…)Yenidoğan bebekleri koruyan tabaka Vernikse zarar vermeyen saf içerikli ürünler üreten Uni Baby, bebeğinizin cilt özelliğine uygun ürünler geliştiren ilk markadır”*** ifadesinin [www.eczacibasihijyen.com.tr/tarihce.php](http://www.eczacibasihijyen.com.tr/tarihce.php) adresli internet sitesinde belirtilen tarihlerden önce bebeklere özel ürünler üreten ve hala üretmekte olan firmalar bulunması nedeniyle gerçeği yansıtmadığı ve ispata muhtaç olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 13 üncü, 14 üncü, 18 inci, 19 ucu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2015/1057**

**Şikayet Edilen: Eczacıbaşı Hijyen Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Uni Baby Bebek Yağı”*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran – Eylül 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi, Ürün Ambalajı

**Tespitler:** Haziran – Eylül 2015döneminde muhtelif dergilerde yayınlanan ***“Uni Baby Bebek Yağı”*** isimli ürüne ilişkin reklamlarda *“Onun için en iyisini istersiniz. Alkol, paraben, sülfat, boya, alerjen madde içermez”* ifadelerine ve ürün ambalajında *“GMP (İyi İmalat Uygulamaları) – Kozmetik belgelerine sahip tesisimizde Kalite Yönetim Sistemine uygun olarak üretilmektedir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Uni Baby Bebek Yağı”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen; ***“Onun için en iyisini istersiniz. Alkol, paraben, sülfat, boya, alerjen madde içermez”***ifadeleri ile tanıtımı yapılan ürünün en iyi ve doğru tercih olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu ve rakip ürünlerden farklı olduğu algısı oluşturulduğu, benzer nitelikli ürünlerin kötülendiği ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Bununla birlikte, ürün ambalajında yer verilen ***“GMP (İyi İmalat Uygulamaları) – Kozmetik belgelerine sahip tesisimizde Kalite Yönetim Sistemine uygun olarak üretilmektedir”*** ifadesi ile Kozmetik ürünler yönetmeliğinin 11 inci maddesi kapsamında zaten zorunlu olan İyi İmalat Uygulamaları Kılavuzuna göre üretim yapıldığı belirtilerek, rakip ürünlerden farklı olduğu algısı oluşturulduğu ve bu durumun haksız rekabete yol açtığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 9 uncu, 10 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2015/1002**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sesu Roll-On Ağda”*** isimli ürünün tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Haziran–Ağustos 2015 tarihleri arasında [www.sesu.com.tr](http://www.sesu.com.tr) adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında ***“Sesu Roll-On Ağda”*** isimli ürünün tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; *“Acil durumlarda hemen halledeyim diye tüy dökücü kullanıyordum. O da böyle tenimi diken diken yapıyordu. Sesu roll-on ağda mükemmel. Hem kullanması çok pratik hem de evde kendi kendime rahat rahat uygulayabiliyorum. Aynı kuafördeki gibi oluyor. Sesu roll-on kolay ağda ile profesyonel sonuçlar evinizde. Sesu, Türkiye’nin 1 numaralı ağda markası”, “Ben o pratik diye bilinen bütün ağdaları denedim. Ama tam istediğim gibi olmuyordu. Böyle tek tük kalıyor mutlaka. Sesu roll-on ağda bambaşka. Kaymak gibi oluyor. Sonuç aynı kuafördeki gibi. Evde tek başıma kolayca yapabiliyorum. Sesu roll-on kolay ağda ile profesyonel sonuçlar evinizde. Sesu, Türkiye’nin 1 numaralı ağda markası”, “Ben evde kendim ağda yapıcam? Yani hiç uğraşamam derdim. Sesu roll-on ağda o kadar kolay ki ben bile evde ağda yapıyorum artık. Sanki kuaförde yaptırıyormuşsun gibi pürüzsüz, mükemmel. Sesu roll-on kolay ağda ile profesyonel sonuçlar evinizde. Sesu, Türkiye’nin 1 numaralı ağda markası”* ifadelerine ve alt yazıda ise; *“Ocak 2014 – Şubat 2015 döneminde Türkiye Ağda ve Tüy Dökücüler pazarında Nielsen perakende endeks raporuna göre miktar bazındadır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Haziran–Ağustos 2015 döneminde muhtelif televizyon kanallarında ***“Sesu Roll-On Ağda”*** isimli ürünün tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak yer verilen; *“Acil durumlarda hemen halledeyim diye tüy dökücü kullanıyordum. O da böyle tenimi diken diken yapıyordu. Sesu roll-on ağda mükemmel”* ifadelerine yer verilerek tüy dökücülerle karşılaştırma yapıldığı, ancak ilgili mevzuatı gereği karşılaştırmalı reklam yapılabilmesi için karşılaştırılan mal veya hizmetlerin **aynı nitelikte olması ve aynı istek ya da ihtiyaca cevap vermesi** gerekmesine karşın ***“Sesu Roll-On Ağda”*** isimli ürünün aynı nitelikte olmayan tüy dökücülerle karşılaştırılmasının Reklam Mevzuatına aykırılık teşkil ettiği, bununla birlikte anılan reklamlarda yer verilen *“Acil durumlarda hemen halledeyim diye tüy dökücü kullanıyordum. O da böyle tenimi diken diken yapıyordu…”, “Ben o pratik diye bilinen bütün ağdaları denedim. Ama tam istediğim gibi olmuyordu. Böyle tek tük kalıyor mutlaka. Sesu roll-on ağda bambaşka…”* ifadeleri ile tüy dökücü ürünlerin ve tanıtımı yapılan ürün ile benzer nitelikteki ağdaların kötülendiği, bu durumun da tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açtığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8 inci, 9 uncu, 10 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No: 2015/1170**

**Şikayet Edilen: Hak Mesaj Radyo Yapımı ve Yay. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam**: *“Hak Mesaj”* isimli radyo kanalında yayınlanan ***"Borvit Krem"*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** *“Hak Mesaj Radyo”* logolu radyo kanalında Kasım 2014 döneminde ***“Borvit Krem”*** isimli ürünün tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlarda;

“Sunucu: *“Evet şu anda değerli bir konuğum var, Nevzat bey hoş geldiniz”*

Konuk: *“Hoş bulduk Hasan amca, selamın aleyküm diyelim, tüm dinleyenleri selamlayalım, inşallah iyisindir”*

Sunucu: *“Elhamdülillah hamdolsun Nevzatım bugün ne getirdin bizlere”*

Konuk: *“Hasan amca bugün teşekkür etmek için geldim dinleyenlerimize. Borviti dinleyenlerimize sunduk. Bor madenini biliyoruz. Bor madeninden elde edilen cilde faydalar sağlayan, temizleyen, kirler, akneler, güneş lekeleri, siyah noktalar, sigara içenlerde dumanın sebep olduğu lekeler, sivilceler, sivilce ve kalıntılar izlerden tutun gözaltı torbalarına kadar, kırışıklıklara kadar hepsinden kurtuluyorsunuz dedik. Dinleyenlerimiz önce şaşırdılar. Bu mümkün mü? Bizde araştıralım yazalım internete, bor madeninin insan cildine ne gibi faydaları var. Onlar da gördü, bize hak verdi. Borviti daha ilk kullanımda nasıl bir etki göreceksiniz? Bir ay sonrasına gün vermiyoruz. Sarı siyah lekeler, ölü derilerin sebep olduğu lekeler, hemen çıktığını göreceksiniz. Yüzünüze ferahlık gelecek, kullanmaya devam ettikçe 1-2 hafta sonra gözaltı torbalarının gittiğini, sivilcelerin azalmaya başladığını göreceksiniz, kırışıklıkların artık yarı yarıya azaldığını göreceksiniz. Hepsini Borviti uyguladığınız zaman dinleyenlerimiz görecek. Biz burada dedik ki, paralarını da iade ediyoruz dedik, son bir şey daha söyleyeceğim. Borvit geldiği zaman yüzümüze uygulamadan önce, herkesin telefonu fotoğraf çekiyor, yüzümüzün bir resmini çekelim. Alalım Borviti yüzünüzü sabunlar gibi 1 dakika boyunca yüzümüzü güzelce ovalayalım, yüzümüzü yıkayalım, sonra herkes bir şok olacak. Burada çalışan herkes yaşadı. Kullandıktan sonra resmini çekin, iki resmi yan yana koy aradaki farkı göreceksiniz. Kullanmaya devam etsinler 2-3 hafta sonra yüzünüzün resmini bir kez daha çekin, resmi çektiğiniz zaman eski resimlerle yan yana koyunca yüzünüzdeki sivilcelerin, kırışıklıkların yarı yarıya azaldığını, gözaltı torbalarının tamamen gittiğini göreceksiniz, çiller, lekeler, güneş lekeleri bunlar daha birinci kullanımda gidiyor. Çok güzel tepkiler aldık ki 1200’e yakın dinleyenimiz almış, bir tane şikâyet yok, ne mutlu bize, konu komşu birbiriyle paylaşıyor. Şunu söyleyeceğim; Borvitin yanında çok güzel bir hediye vereceğiz. Eczanelerde vardır, 95 TL ye satıldığını göreceksiniz. Niye bu kadar pahalı? Bugün güzellik merkezlerine, kuaförlere giden hanımlar var. Kuaförler de bizden alıyor, bir seansa 40-50 TL para alıyorlar. Yanında bir de diş pastası göndereceğiz, bunu da teşekkür etmek için gönderiyoruz, diş pastamız da pazarda satılan tozlardan değildir, tüpte gelecektir. Çok çok iyi dünyanın en iyi diş pastalarından biridir. İsterseniz 20-30 sene hiç dişlerinizi fırçalamayın, kahverengi halini alan dişler var ve ağız kokusunu yok ediyor. Dişleri bembeyaz yapacak. Borvit’le de yüzündeki kirler, lekeler, akne, sivilce, siyah nokta, ne var ne yoksa kırışıklık, gözaltı torbasından tutun eğer ki vücudunuzda sedef, egzama, mantarın da sebep olduğu lekeler varsa, %100 para iade etme garantisi ile teşekkür etmek için 29 TL’ye gönderiyoruz. Ben telefon numarasını vereyim, 5dakika da kaç kişi ulaşabilirse. 0216 777 01 30 numaralı telefondan şu an için ulaşabilirler, ayağınıza kadar kreminiz gelecektir. 95 TL’dir değeri 29 TL’ye size gelecek, alacaksınız kullanacaksınız memnun kalmamanız imkânsızdır, firmanın telefon numarası adresi üzerinde yazıyor, diş pastası da sizde kalsın, paranızı iade ederiz. Temiz olmak dinimizin gereğidir. Müslüman temiz bakımlı olur. Hani gidip de güzellik merkezlerine yüzlerce para harcamaya gerek yok. Kontörünüz yoksa çağrı atalım, kontörünüz gitmesin biz sizi arayalım. Çok yoğunluk olacak, Borviti bilenler bilir. Pahalı bir ürün olduğu için, bugün de 29 TL ye verdiğimiz zaman ilgi alaka çok olacak, arayalım ad soyad sipariş verelim, kapıya kadar gelecek. Son bir şey söylüyorum, alalım kullanalım, 1 aya yakın görmediğiniz bir arkadaşınız, yakınınız sizi görsün hayırdır sen estetik mi yaptırdın, senin yüzünde çiller, lekeler, kırışıklık, gözaltı torbası vardı Hayır diyeceksin Borvit kullandım o da arayacak. Bir apartmandan bir hanım kardeşimiz alsın, 10 tane komşusu varsa hepsi arayacak, %100 iade garantisi ile hepsi arayacak. Son üç dakika, Borvit 95 TL değerinde yanında diş pastası hediye 29 TL ye geliyor. 0216 777 01 30 numaralı telefondan şu an için ulaşabilirsiniz. Teşekkür ederim hayırlı yayınlar diliyorum”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “Hak Mesaj”** logolu radyo kanalında Kasım 2014 döneminde ***“Borvit Krem”*** isimli ürünün tanıtımı amacıyla yayınlanan reklamlarda;

“Sunucu: *“Evet şu anda değerli bir konuğum var, Nevzat bey hoş geldiniz”*

Konuk: *“Hoş bulduk Hasan amca, selamın aleyküm diyelim, tüm dinleyenleri selamlayalım, inşallah iyisindir”*

Sunucu: *“Elhamdülillah hamdolsun Nevzatım bugün ne getirdin bizlere”*

Konuk: *“Hasan amca bugün teşekkür etmek için geldim dinleyenlerimize. Borviti dinleyenlerimize sunduk. Bor madenini biliyoruz. Bor madeninden elde edilen cilde faydalar sağlayan, temizleyen, kirler, akneler, güneş lekeleri, siyah noktalar, sigara içenlerde dumanın sebep olduğu lekeler, sivilceler, sivilce ve kalıntılar izlerden tutun gözaltı torbalarına kadar, kırışıklıklara kadar hepsinden kurtuluyorsunuz dedik. Dinleyenlerimiz önce şaşırdılar. Bu mümkün mü? Bizde araştıralım yazalım internete, bor madeninin insan cildine ne gibi faydaları var. Onlar da gördü, bize hak verdi. Borviti daha ilk kullanımda nasıl bir etki göreceksiniz? Bir ay sonrasına gün vermiyoruz. Sarı siyah lekeler, ölü derilerin sebep olduğu lekeler, hemen çıktığını göreceksiniz. Yüzünüze ferahlık gelecek, kullanmaya devam ettikçe 1-2 hafta sonra gözaltı torbalarının gittiğini, sivilcelerin azalmaya başladığını göreceksiniz, kırışıklıkların artık yarı yarıya azaldığını göreceksiniz. Hepsini Borviti uyguladığınız zaman dinleyenlerimiz görecek. Biz burada dedik ki, paralarını da iade ediyoruz dedik, son bir şey daha söyleyeceğim. Borvit geldiği zaman yüzümüze uygulamadan önce, herkesin telefonu fotoğraf çekiyor, yüzümüzün bir resmini çekelim. Alalım Borviti yüzünüzü sabunlar gibi 1 dakika boyunca yüzümüzü güzelce ovalayalım, yüzümüzü yıkayalım, sonra herkes bir şok olacak. Burada çalışan herkes yaşadı. Kullandıktan sonra resmini çekin, iki resmi yan yana koy aradaki farkı göreceksiniz. Kullanmaya devam etsinler 2-3 hafta sonra yüzünüzün resmini bir kez daha çekin, resmi çektiğiniz zaman eski resimlerle yan yana koyunca yüzünüzdeki sivilcelerin, kırışıklıkların yarı yarıya azaldığını, gözaltı torbalarının tamamen gittiğini göreceksiniz, çiller, lekeler, güneş lekeleri bunlar daha birinci kullanımda gidiyor. Çok güzel tepkiler aldık ki 1200’e yakın dinleyenimiz almış, bir tane şikâyet yok, ne mutlu bize, konu komşu birbiriyle paylaşıyor. Şunu söyleyeceğim; Borvitin yanında çok güzel bir hediye vereceğiz. Eczanelerde vardır, 95 TL ye satıldığını göreceksiniz. Niye bu kadar pahalı? Bugün güzellik merkezlerine, kuaförlere giden hanımlar var. Kuaförler de bizden alıyor, bir seansa 40-50 TL para alıyorlar. Yanında bir de diş pastası göndereceğiz, bunu da teşekkür etmek için gönderiyoruz, diş pastamız da pazarda satılan tozlardan değildir, tüpte gelecektir. Çok çok iyi dünyanın en iyi diş pastalarından biridir. İsterseniz 20-30 sene hiç dişlerinizi fırçalamayın, kahverengi halini alan dişler var ve ağız kokusunu yok ediyor. Dişleri bembeyaz yapacak. Borvit’le de yüzündeki kirler, lekeler, akne, sivilce, siyah nokta, ne var ne yoksa kırışıklık, gözaltı torbasından tutun eğer ki vücudunuzda sedef, egzama, mantarın da sebep olduğu lekeler varsa, %100 para iade etme garantisi ile teşekkür etmek için 29 TL’ye gönderiyoruz. Ben telefon numarasını vereyim, 5dakika da kaç kişi ulaşabilirse. 0216 777 01 30 numaralı telefondan şu an için ulaşabilirler, ayağınıza kadar kreminiz gelecektir. 95 TL’dir değeri 29 TL’ye size gelecek, alacaksınız kullanacaksınız memnun kalmamanız imkânsızdır, firmanın telefon numarası adresi üzerinde yazıyor, diş pastası da sizde kalsın, paranızı iade ederiz. Temiz olmak dinimizin gereğidir. Müslüman temiz bakımlı olur. Hani gidip de güzellik merkezlerine yüzlerce para harcamaya gerek yok. Kontörünüz yoksa çağrı atalım, kontörünüz gitmesin biz sizi arayalım. Çok yoğunluk olacak, Borviti bilenler bilir. Pahalı bir ürün olduğu için, bugün de 29 TL ye verdiğimiz zaman ilgi alaka çok olacak, arayalım ad soyad sipariş verelim, kapıya kadar gelecek. Son bir şey söylüyorum, alalım kullanalım, 1 aya yakın görmediğiniz bir arkadaşınız, yakınınız sizi görsün hayırdır sen estetik mi yaptırdın, senin yüzünde çiller, lekeler, kırışıklık, gözaltı torbası vardı Hayır diyeceksin Borvit kullandım o da arayacak. Bir apartmandan bir hanım kardeşimiz alsın, 10 tane komşusu varsa hepsi arayacak, %100 iade garantisi ile hepsi arayacak. Son üç dakika, Borvit 95 TL değerinde yanında diş pastası hediye 29 TL ye geliyor. 0216 777 01 30 numaralı telefondan şu an için ulaşabilirsiniz. Teşekkür ederim hayırlı yayınlar diliyorum”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği, ayrıca ilgili mevzuatı gereği sağlık beyanıyla satışa sunulan ürünlerde Sağlık Bakanlığının adı veya logosunun kullanılamayacağı,

Bunlara ek olarak, doğrudan satış ve tele-alışveriş reklamlarında; ilk kez, son, sadece, tek bir sefer, sınırlı satış, hepsi satılmak üzere, satıldı satılacak gibi ifadelerle tüketiciler mal veya hizmeti satın almaya teşvik edilmesi yasaklanmış olmasına rağmen reklamlarda yer verilen “***Son üç dakika…”*** gibi ifadelerle ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı, 27 nci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2015/859**

**Şikayet Edilen: İlker ÖNCEL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bursabitkisel.com](http://www.bursabitkisel.com) adresli internet sitesinin 05.08.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Haccer Günlük Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yaşlanma kırışıklıkları, gözaltı torbaları, cilt çatlakları, akneler, sivilceler için kullanımında kesin iyileştirici sonuçlar alınmıştır. Günde bir defa istenilen bölgelere tatbiki halinde 1 hafta sonra iyi etkilerini göreceksiniz”* ifadelerine, **“Sanovital Ozon Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Egzama, sedef, uçuk, dermatit, pişik, yanık gibi sorunlarda ciddi anlamda destekleyici olarak kullanılır. Selülitin kısmen veya tamamen giderilmesi için kullanılabilir”* ifadelerine,**“Çil Sil Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Çil, sivilce, leke veya sivilce izi olanların kullanılması gereken bir kremdir”* ifadelerine, **“Blue Ocean Aynısafa Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kan dolaşımı sorunları ve adet ağrılarına, cilt çatlaklarına iyi gelir. Yaraların derinlemesine temizlenmesini ve daha çabuk kapanmasına sağlamaya yardımcıdır. İltihap belirtilerini azaltır ve lokal kan dolaşımını iyileştirmeye yardım eder*” ifadelerine, **“Proderma Argan Yağı Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bu bitkinin yağı ise saçın direk derisini tedavi ederek saç dökülmesi ve saçtaki nem oranını dengelemede ideal bir yağdır”* ifadelerine*,* **“Naturel Life Propolisli Arı Sütlü Macun”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir. Doğal antibiyotiktir. Kalp ve damar tıkanıklığına faydalıdır. Mikroba ve mantara karşı etkili olduğundan rahatsızlıkların izole edilmesinde, ölü hücrelerin canlanmasına, antioksidan olması nedeniyle yeni hücrelerin oluşumuna etkilidir. Grip ve soğuk algınlığına karşı korumada son derece başarılır. Zihni güçlendirmede ve yaşlanma sürecini geciktirmeye yardımcıdır.”* ifadelerine,**“Erkexin Çakşır Köklü Bitkisel Karışım”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Çakışır otunun faydaları: Cinsel gücü ve isteği artırıcı, etkili bir afrodizyaktır. Aynı zamanda sperm sayısını ve hareketliliğini de artırıcı etkilere sahiptir. Erkeklerde sperm azlığı Azosperm için etkili bir bitkidir. Erkeklerde cinsel gücü artıran, kısırlığa çare olan ve çocuğu olmayan sperm azlığı olanlar için mükemmel şifalı bir bitkidir. Kasları kuvvetlendirir ve kas ağrılarını gidermeye yardımcı olur. Astım ve Bronşite faydalıdır”* ifadelerine, **“GreenStore Seduex Kapsül”** isimli ürüne ve sitede yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda *“Ürünlerimiz T.C. Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın izni ve kontrolleri altında TR-16-K-000511 kayıt numaralı işletme kayıt belgesi ile üretilmiştir. Bitkisel kremler ve yağlar T.C. Sağlık Bakanlığı’nın 24.03.2005 tarih ve 5324 sayılı kozmetik kanununa göre üretilmiştir*.” ifadelerine ve muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda benzer nitelikte ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.bursabitkisel.com](http://www.bursabitkisel.com) adresli internet sitesinde **“Haccer Günlük Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yaşlanma kırışıklıkları, gözaltı torbaları, cilt çatlakları, akneler, sivilceler için kullanımında kesin iyileştirici sonuçlar alınmıştır. Günde bir defa istenilen bölgelere tatbiki halinde 1 hafta sonra iyi etkilerini göreceksiniz”* ifadelerine, **“Sanovital Ozon Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Egzama, sedef, uçuk, dermatit, pişik, yanık gibi sorunlarda ciddi anlamda destekleyici olarak kullanılır. Selülitin kısmen veya tamamen giderilmesi için kullanılabilir”* ifadelerine,**“Çil Sil Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Çil, sivilce, leke veya sivilce izi olanların kullanılması gereken bir kremdir”* ifadelerine, **“Blue Ocean Aynısafa Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kan dolaşımı sorunları ve adet ağrılarına, cilt çatlaklarına iyi gelir. Yaraların derinlemesine temizlenmesini ve daha çabuk kapanmasına sağlamaya yardımcıdır. İltihap belirtilerini azaltır ve lokal kan dolaşımını iyileştirmeye yardım eder*” ifadelerine, **“Proderma Argan Yağı Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bu bitkinin yağı ise saçın direk derisini tedavi ederek saç dökülmesi ve saçtaki nem oranını dengelemede ideal bir yağdır”* yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği, ayrıca söz konusu tanıtımlarda ***“Fiyto Sarımsak Özlü Şampuan hakkındaki kullanıcı yorumları: Arkadaşlar bende sizin gibi bir çare ararken tesadüfen kullandığım bir ürün, dökülme anında kesildi”***şeklinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası ifadelerine yer verilerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Diğer taraftan, [www.bursabitkisel.com](http://www.bursabitkisel.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Naturel Life Propolisli Arı Sütlü Macun”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir. Doğal antibiyotiktir. Kalp ve damar tıkanıklığına faydalıdır. Mikroba ve mantara karşı etkili olduğundan rahatsızlıkların izole edilmesinde, ölü hücrelerin canlanmasına, antioksidan olması nedeniyle yeni hücrelerin oluşumuna etkilidir. Grip ve soğuk algınlığına karşı korumada son derece başarılır. Zihni güçlendirmede ve yaşlanma sürecini geciktirmeye yardımcıdır.”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde yer alan **“Erkexin Çakşır Köklü Bitkisel Karışım”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Çakışır otunun faydaları: Cinsel gücü ve isteği artırıcı, etkili bir afrodizyaktır. Aynı zamanda sperm sayısını ve hareketliliğini de artırıcı etkilere sahiptir. Erkeklerde sperm azlığı Azosperm için etkili bir bitkidir. Erkeklerde cinsel gücü artıran, kısırlığa çare olan ve çocuğu olmayan sperm azlığı olanlar için mükemmel şifalı bir bitkidir. Kasları kuvvetlendirir ve kas ağrılarını gidermeye yardımcı olur. Astım ve Bronşite faydalıdır”* ifadelerine yer verildiği böylece tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, ayrıca tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu ürünlerin tanıtımında kullanılan hastalıkları önleme, iyileştirme ve tedavi etme özelliği olduğunu bildiren veya ima eden benzerinitelikte yanıltıcı sağlık beyanlarının kullanıldığı,

Ayrıca söz konusu internet sitesinde yer alan **“GreenStore Seduex Kapsül”** isimli ürüne ve sitede yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda *“Ürünlerimiz T.C. Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın izni ve kontrolleri altında TR-16-K-000511 kayıt numaralı işletme kayıt belgesi ile üretilmiştir. Bitkisel kremler ve yağlar T.C. Sağlık Bakanlığı’nın 24.03.2005 tarih ve 5324 sayılı kozmetik kanununa göre üretilmiştir.”*  şeklinde ifadeler ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde “**İndirimdeki Ürünler”, “Cinsel Ürünler” “Greenstore Ürünleri”, “Herbal Farma Ürünleri”, “Bellasoft Ürünleri”, “Balen Ürünleri”, “Yeşilex Ürünleri”, “Naturel Life Ürünleri”, “Bitkisel Kapsüller”, “Bitkisel Kürler”, “Bitkisel Çaylar”, “Bitkisel Macunlar”, “Bitkisel Yağlar”, “Bitkisel Sular”, “Bitkisel Kremler”, “Bebek Ve Çocuk”, “Bal Ve Arı Ürünleri”, “Banyo Ürünleri”, “Saç Bakım”, “Cilt Ürünleri”, “Zayıflama Ürünleri”, “Kilo Aldırıcılar”, “Sporcu Destek”, “Vitaminler”, “Özel Ürünlerimiz”, “Hastalıklar”** başlıkları altında yer alan kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**13)**

**Dosya No: 2015/856**

**Şikayet Edilen: Netice GÜMÜŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dogaaktar.com](http://www.dogaaktar.com)adresli internet sitesinin 08.07.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Haccer Vücut Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akne, çatlak ve sivilcelere %100 kesin iyileştirici sonuç vermektedir”* ifadelerine, **“Herbişi Egzama Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Kullanım alanları:Akne, egzama, sedef, çıban, sivilce”* ifadelerine, “**Yosunlu Selülit Bitkisel Sabun Mecitefendi”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Selülit tedavisine destek doğal bir banyo sabunudur. Selülit kaşıntı ve mantar tedavisine yardımcı”* ifadelerine, **“Ruute Cosmetic Leke Serumu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ruute Leke Serumunu günde sadece 1 kere kullanarak lekelerinizden kurtulun ve mükemmel cilt yapısına kavuşun… Ruute Leke Serumu, Doğum lekesi, güneş lekesi, yaşlılık lekesi, sigara lekeleri ve yanlış kozmetik kullanımı sonucu oluşan lekeler”* ifadelerine, **“Olivoks Ozonlu Lavanta Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yanıklar, tırnak mantarı, travma yaraları, ameliyat kesikleri, apseler, radyoterapi sonrası ciltte meydana gelen reaksiyonlar, kesikler, selülit, hamilelik çatlakları, vajinal akıntı ve kaşıntılar, dişeti iltihapları, egzama, güneş yanığı, saçkıran, samyeli, dövme işleminden kaynaklanan iltihaplanmalar, topuk çatlağı, ağrılar, böcek sokmaları ile uyuz ve kaşıntıda, pişik isilikte rahatlıkla kullanabilirsiniz”* ifadelerine,**“Kabak Çekirdeği Yağı Mecitefendi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Prostat ve prostatit hastalığında ve idrar kaçırmada bitkisel gıda takviyesidir”* ifadelerine, *“***Üzüm Çekirdeği Yağı Mecitefendi Organik Bitkisel”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Damar duvarlarını onarıp güçlendirebilir, kalp ritmini düzenleyip kalp krizi riskini azaltabilir. Düzenli kullanımda varis oluşmuş damarların tedavisine destek olabilir. Beyin damarlarını güçlendirerek, beyne giden oksijen miktarını artırabilir, unutkanlığın azaltılıp, konsantrasyonun artırılmasına destek olabilir. Kolestrolün düşürülmesine, deri kırışıklığının azaltılmasına destek verir. Erkeklerde cinsel isteği artırabilir, romatizmal ağrılara faydası görülmüştür. Şeker hastalığı ve yaşlanmaya bağlı göz sorunlarında olumlu etkileri gözlemlenmiştir. Düzenli kullanımlarda alerjilerin azaldığı veya sona erdiği bildirilmektedir”* ifadelerine, **“Haccer Cilt Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sağlık Bakanlığı onaylıdır.”* ifadelerine ve muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda benzer nitelikte ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dogaaktar.com](http://www.dogaaktar.com)adresli internet sitesinde **“Haccer Vücut Bakım Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akne, çatlak ve sivilcelere %100 kesin iyileştirici sonuç vermektedir”* ifadelerine, **“Herbişi Egzama Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Kullanım alanları:Akne, egzama, sedef, çıban, sivilce”* ifadelerine, “**Yosunlu Selülit Bitkisel Sabun Mecitefendi”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Selülit tedavisine destek doğal bir banyo sabunudur. Selülit kaşıntı ve mantar tedavisine yardımcı”* ifadelerine, **“Ruute Cosmetic Leke Serumu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Ruute Leke Serumunu günde sadece 1 kere kullanarak lekelerinizden kurtulun ve mükemmel cilt yapısına kavuşun… Ruute Leke Serumu, Doğum lekesi, güneş lekesi, yaşlılık lekesi, sigara lekeleri ve yanlış kozmetik kullanımı sonucu oluşan lekeler”* ifadelerine, **“Olivoks Ozonlu Lavanta Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yanıklar, tırnak mantarı, travma yaraları, ameliyat kesikleri, apseler, radyoterapi sonrası ciltte meydana gelen reaksiyonlar, kesikler, selülit, hamilelik çatlakları, vajinal akıntı ve kaşıntılar, dişeti iltihapları, egzama, güneş yanığı, saçkıran, samyeli, dövme işleminden kaynaklanan iltihaplanmalar, topuk çatlağı, ağrılar, böcek sokmaları ile uyuz ve kaşıntıda, pişik isilikte rahatlıkla kullanabilirsiniz”* ifadelerineyer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, [www.dogaaktar.com](http://www.dogaaktar.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Kabak Çekirdeği Yağı Mecitefendi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Prostat ve prostatit hastalığında ve idrar kaçırmada bitkisel gıda takviyesidir”* ifadelerine, *“***Üzüm Çekirdeği Yağı Mecitefendi Organik Bitkisel”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Damar duvarlarını onarıp güçlendirebilir, kalp ritmini düzenleyip kalp krizi riskini azaltabilir. Düzenli kullanımda varis oluşmuş damarların tedavisine destek olabilir. Beyin damarlarını güçlendirerek, beyne giden oksijen miktarını artırabilir, unutkanlığın azaltılıp, konsantrasyonun artırılmasına destek olabilir. Kolestrolün düşürülmesine, deri kırışıklığının azaltılmasına destek verir. Erkeklerde cinsel isteği artırabilir, romatizmal ağrılara faydası görülmüştür. Şeker hastalığı ve yaşlanmaya bağlı göz sorunlarında olumlu etkileri gözlemlenmiştir. Düzenli kullanımlarda alerjilerin azaldığı veya sona erdiği bildirilmektedir”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Ayrıca, anılan internet sitesinde **“Haccer Cilt Bakım Kremi”**isimli ürüne ve sitede yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlarda; *“Sağlık Bakanlığı onaylıdır.”* şeklinde ifadeler ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde ***“Hastalıklar”, “Detoks Ürünleri”, “Sabunlar”, “Hurma Pekmezi”, “Anne ve Bebek Ürünleri”, “Cilt Bakım Ürünleri”, “Vücut Bakım Ürünleri”, “Vücut Bakım Ürünleri” “Saç bakım Ürünleri”, “Kaş ve Kirpik Bakım Ürünleri” “El-Ayak ve Tırnak Bakımı”, “Bitkisel Yağlar”, “Parabensiz Ürünler, Şampuan ve Kremler”, “Organik Bal ve Pekmezler”, “Bitkisel Organik Ürünler”, “Bitkisel Çaylar”, “ Bitkisel Form Ürünleri”, “Bitkisel Gıda Takviyeleri”, “ Masaj ve Spa Ürünleri”, “Gül Ürünleri”, “İmmu-nat Doğal Sağlık Ürünleri”*** başlıkları altında yer alankozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**14)**

**Dosya No: 2015/901**

**Şikayet Edilen: L’oreal Türkiye Kozmetik San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Maybelline New York Rocket Maskara”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs 2013 – Ocak 2014, 05.06.2015, 21.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, TV

**Tespitler:**Firmaya ait Youtube sayfasının 21.07.2015 tarihli görünümü ile [www.maybelline.com.tr](http://www.maybelline.com.tr) adresli internet sitesinin 05.06.2015 tarihli görünümünde ve muhtelif televizyon kanallarında Mayıs 2013 – Ocak 2014 tarihleri arasında yayınlanan **“Maybelline Rocket Maskara”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen; *“Türkiye’nin 1 numaralı\* makyaj markası. 1 numaralı maskara”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, Youtube ve televizyon reklamlarında yer verilen *“\*Bağımsız bir araştırma şirketinin parfümeri kanalındaki scantrack rapor sonuçlarına göre Mart 2012- Mart 2013 tarihleri arasında değer bazında makyaj kategorisinde 1 numaradır”* şeklindeki durağan yazının metin boyutunun ve durağan yazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu durağan yazının okunabilirlikten uzak olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Youtube sayfasının 21.07.2015 tarihli görünümü ile [www.maybelline.com.tr](http://www.maybelline.com.tr) adresli internet sitesinin 05.06.2015 tarihli görünümünde ve muhtelif televizyon kanallarında Mayıs 2013 – Ocak 2014 tarihleri arasında yayınlanan **“Maybelline Rocket Maskara”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen; *“Türkiye’nin 1 numaralı\* makyaj markası. 1 numaralı maskara”* ifadelerinin ispatlanamadığı, bu nedenle söz konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve haksız rekabete yol açtığı,

Diğer taraftan, Youtube ve televizyon reklamlarında yer verilen *“\*Bağımsız bir araştırma şirketinin parfümeri kanalındaki scantrack rapor sonuçlarına göre Mart 2012- Mart 2013 tarihleri arasında değer bazında makyaj kategorisinde 1 numaradır”* şeklindeki durağan yazının metin boyutunun ve durağan yazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu durağan yazının okunabilirlikten uzak olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte olan mülga Ticari Reklam ve İlanlarda Altyazı ve Dipnotların Kullanılmasına İlişkin Usul ve Esaslara Dair Tebliğin 5 inci, 6 ncı ve 8 inci maddeleri,

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

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 18 inci, 19 uncu, 21 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **L’oreal Türkiye Kozmetik San. Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2015/903**

**Şikayet Edilen: L’oreal Türkiye Kozmetik San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Maybelline Falsies Black Drama Maskara”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2014, 02.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler:**Firmaya ait Youtube sayfası ile [www.maybelline.com.tr](http://www.maybelline.com.tr) adresli internet sitesinin 02.07.2015 tarihli görünümünde ve muhtelif televizyon kanallarında Aralık 2014 döneminde yayınlanan **“Maybelline Falsies Black Drama Maskara”** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; *“Hedef, yoğun takma kirpik etkisi. Takma kirpiklere elveda. Özel kaşık fırçası ve kera fiber formülüyle baştan sona yoğun ve hacimli kirpikler”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait Youtube sayfası ile [www.maybelline.com.tr](http://www.maybelline.com.tr) adresli internet sitesinin 02.07.2015 tarihli görünümünde ve muhtelif televizyon kanallarında Aralık 2014 döneminde yayınlanan **“Maybelline Falsies Black Drama Maskara”** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak yer verilen; *“Hedef, yoğun takma kirpik etkisi. Takma kirpiklere elveda. Özel kaşık fırçası ve kera fiber formülüyle baştan sona yoğun ve hacimli kirpikler”* ifadeleri ile tanıtımı yapılan ürünün kullanılması durumunda takma kirpik kullanılmasına gerek kalmayacağı iddiasında bulunulmasına ve anılan ürünün gerçek kirpik üzerine uygulandığı algısı oluşturulmasına karşın, reklamlarda takma kirpik kullanılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **L’oreal Türkiye Kozmetik San. Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2015/902**

**Şikayet Edilen: L’oreal Türkiye Kozmetik San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Maybelline Miss Manga Black Maskara”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, TV

**Tespitler:**Firmaya ait [www.lorealparis.com.tr](http://www.lorealparis.com.tr) adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“*L’oreal Miss Manga Black Angel Maskara”*** isimli ürüne ilişkin reklamlarda *“Mega hacim için, Loreal Paris maskarada en üstün teknolojiden yararlanarak; 360 derece dönebilen esnek fırçaya sahip, 15 kat fazla hacim sunan, yoğun kavrama özelliği sayesinde her bir kirpiğe ulaşan, mega renklere sahip, yeni ürünü Miss Manga maskarayı yarattı”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.lorealparis.com.tr](http://www.lorealparis.com.tr) adresli internet sitesinde ve muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“*Loreal Miss Manga Black Angel Maskara”*** isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer alan ifadelerin bilimsel çalışmalar ile desteklendiği 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.

**17)**

**Dosya No: 2015/904**

**Şikayet Edilen: Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Avon Yeni Mega Effects Maskara”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.’ye ait Youtube sayfasında yayınlanan **“Avon'dan Yeni Mega Effects Maskara”** başlıklı reklamlarda yer verilen durağan yazıların metin boyutunun ve durağan yazı metinleri ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı gerekçeleriyle Reklam Kurulu’nun 11.02.2014 tarih ve 221 sayılı toplantısında idari para ve durdurma cezası uygulanmasına karar verilmesine karşın, yaptırıma konu reklamların yayımlanmaya devam edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.’ye ait Youtube sayfasında yayınlanan **“Avon'dan Yeni Mega Effects Maskara”** başlıklı reklamlarda yer verilen durağan yazıların metin boyutunun ve durağan yazı metinleri ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı gerekçeleriyle Reklam Kurulu’nun 11.02.2014 tarih ve 221 sayılı toplantısında idari para ve durdurma cezası uygulanmasına karar verilmesine karşın, yaptırıma konu reklamların yayımlanmaya devam edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu, 18 inci, 19 uncu, 21 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**18)**

**Dosya No: 2014/443**

**Şikayet Edilen:** **Erdoğan TEPELİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24/8/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <www.herbalisterdogantepeli.com> adresli internet sitesinin 24/8/2015 tarihli görünümlerinde *“ (...) Size bir hastanın hikayesini anlatmak istiyorum ... Bayanın  hemen hemen tüm vücudunda  sedef  hastalığı kaplamıştı.  Sedefleri pul pul dökülüyordu.  Bir çok yere gitmişti ama çaresini bulamamıştı. Umutsuz bir şekilde bana " Beni kurtarabilir misin Erdoğan Bey" dedi ben de önce doğrusu çekindim çünkü o zaman kadar rastladığım en ciddi vakkaydı. İsmi Serap Hanımdı sordum " Serap Hanım eğer siz 6 aylık tedaviyi kabul ederseniz acı bitki ve özlerini içerseniz ben de sizin sedef hastalığından  kurtulmanıza yardımcı olabilirim. Önce Allah sonra kendime güveniyorum " dedim. ... şartlarınızın  hepsini kabul ediyorum  dedi. Anlaştık tedaviyi uylamaya başladık 3 ay sonra cildi pürüzsüz olmuştu sedef hastalığında eser bile kalmamıştı benim için inanılmaz bir başarı ... Yani önce inanç sonra doğru tedavi arkası kendiliğinden geldi.* *(...) Ayrıca palyatif  yani önleyici olarak sürekli iri gövdeli ve büyük ısırgandan kür yapılmalıdır. Bunun yanı sıra devamlı sarıyoğurt otu ve atkuyruğu bitkilerinden faydalanabilinir. Ama daha kalıcı ve iltihaplı romatizma tedavisi için lütfen benimle irtibata geçin sizin için uygun desteği  beraber bulalım. (...) Vitiligo  hastalığı tedavisinde yeniden normal bir pigmentasyon sağlanması amaçlanır. Bu yöntemlerin hiç birisi kalıcı çözüm vermez.Vitiligo hastalığı  en sağlam ve kalıcı çözüm için bilinçli ve bitkisel kombinelerle, sabırla, inançla kesinlikle vitiligo hastalığının tedavisinde başarı alınabilir. (...)”* şeklinde ifadeler ile söz konusu internet sitesinde sıralanan hastalıklara ilişkin açıklamalardan sonra "*Bitkisel destek için herbalist Erdoğan Tepeli'ye danışın*" şeklinde ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <www.herbalisterdogantepeli.com> adresli internet sitesinin 24/8/2015 tarihli görünümlerinde *“ (...) Size bir hastanın hikayesini anlatmak istiyorum ... Bayanın  hemen hemen tüm vücudunda  sedef  hastalığı kaplamıştı.  Sedefleri pul pul dökülüyordu.  Bir çok yere gitmişti ama çaresini bulamamıştı. Umutsuz bir şekilde bana " Beni kurtarabilir misin Erdoğan Bey" dedi ben de önce doğrusu çekindim çünkü o zaman kadar rastladığım en ciddi vakkaydı. İsmi Serap Hanımdı sordum " Serap Hanım eğer siz 6 aylık tedaviyi kabul ederseniz acı bitki ve özlerini içerseniz ben de sizin sedef hastalığından  kurtulmanıza yardımcı olabilirim. Önce Allah sonra kendime güveniyorum " dedim. ... şartlarınızın  hepsini kabul ediyorum  dedi. Anlaştık tedaviyi uylamaya başladık 3 ay sonra cildi pürüzsüz olmuştu sedef hastalığında eser bile kalmamıştı benim için inanılmaz bir başarı ... Yani önce inanç sonra doğru tedavi arkası kendiliğinden geldi.* *(...) Ayrıca palyatif  yani önleyici olarak sürekli iri gövdeli ve büyük ısırgandan kür yapılmalıdır. Bunun yanı sıra devamlı sarıyoğurt otu ve atkuyruğu bitkilerinden faydalanabilinir. Ama daha kalıcı ve iltihaplı romatizma tedavisi için lütfen benimle irtibata geçin sizin için uygun desteği  beraber bulalım. (...) Vitiligo  hastalığı tedavisinde yeniden normal bir pigmentasyon sağlanması amaçlanır. Bu yöntemlerin hiç birisi kalıcı çözüm vermez. Vitiligo hastalığı  en sağlam ve kalıcı çözüm için bilinçli ve bitkisel kombinelerle, sabırla, inançla kesinlikle vitiligo hastalığının tedavisinde başarı alınabilir. (...)”* şeklinde ifadeler ile söz konusu internet sitesinde sıralanan hastalıklara ilişkin açıklamalardan sonra "*Bitkisel destek için herbalist Erdoğan Tepeli'ye danışın*" şeklinde ifadelere yer verilerek tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanmış ve ancak bir hekim tarafından tedavisinin yapılması gereken birtakım hastalıkların tedavisinin "herbalist" unvanı ile anılan şahıs tarafından gerçekleştirildiği izlenimi yaratıldığı, diğer taraftan, söz konusu şahıs tarafından sağlanan ve tedavide etkinliği ve emniyeti kanıtlanmamış bitkisel ürünlere yönlendirme yapıldığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca "*Başarılar*" başlığı altında, hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği; tüm bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1 inci maddesi,

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erdoğan TEPELİ** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2014/1406**

**Şikayet Edilen:** **Dünya Göz Sağlığı Merkezi Sağ. Hiz. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Pegasus Magazin”* isimli dergide yer alan ***“Hayatınıza Net Bir Sayfa Açın!”***ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** Ağustos 2014 tarihli "Pegasus Magazin" isimli dergide yer alan tanıtımlarda; *“ (...) Hayatınıza Net Bir Sayfa Açın! Gözlüklerinizle vedalaşma zamanı geldi! Dünyagöz Hastaneleri'nin kullandığı kişiye özel lazer tedavisi iLasik'le gözlüklerinizi atın, net görmenin mutluluğunu yaşayın! (...)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ağustos 2014 tarihli "Pegasus Magazin" isimli dergide yer alan; *“ (...) Hayatınıza Net Bir Sayfa Açın! Gözlüklerinizle vedalaşma zamanı geldi! Dünyagöz Hastaneleri'nin kullandığı kişiye özel lazer tedavisi iLasik'le gözlüklerinizi atın, net görmenin mutluluğunu yaşayın! (...)”* ibareli tanıtımlar ile sağlık alanında hizmet veren kuruluşunuz lehine talep yaratıldığı, kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, diğer taraftan, lasik ameliyatlarının göz operasyonlarından tamamen olumlu sonuçlar alınamayacağı, söz konusu operasyonların belirli gruba ve göz numarasına sahip kişilere uygulanabileceği, ameliyat sonrası göz bozukluğunun kalma ihtimali üzerine gözlük ve lensten tamamen kurtulmanın mümkün olamayacağı gibi sebeplerle anılan tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu; 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, 13, 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, 9, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dünya Göz Sağlığı Merkezi Sağ. Hiz. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2014/1529**

**Şikayet Edilen:** **Hasan YAĞCI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait <www.lensoptik.com.tr> adresli internet sitesinin 22.6.2015 tarihli görünümünde satışa sunulan; "Toric Lensler Astigmatlı, Şeffaf Numaralı Lensler, Renkli Numaralı 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 **Hasan YAĞCI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2014/655**

**Şikayet Edilen: Beautiful Ladies Güzellik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait **www.beautifulguzellik.com** adresli internet sitesinin;

- 19.08.2015 tarihli görünümünde; *"Dolgu, Botoks, Mezoterapi, PRP (Platelet Rich Plazma), Yüz Mezoterapisi, Kavitasyon, Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Kuporoz Tedavisi, Akne Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

-31.08.2015 tarihli görünümünde, *"Leke Tedavisi 6 Seans 550 TL yerine 440TL, Bölgesel Zayıflama 15 Seans 36 program 650TL yerine 520TL, İstenmeyen Tüylere Elveda 6 Seans 600TL, 9 Seans 900TL, 12 Seans 1200TL"* gibi kampanya bilgilerine yer verildiği;

**- www.sehirfirsatı.com/deals/06-beautiful-ladies** adresli internet sitesinin **19.08.2015** tarihli görünümlerinde; *“Kızılay Beautiful Ladies Güzellik’te 12 Seans Ütüleme Diot yöntemiyle epilasyon uygulaması 84 TL’den başlayan fiyatlarla!”* gibi tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadeler kullanılarak kampanya yapıldığı,

- Kuruluşun isminin; **“Beautiful Ladies 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;

- 10.01.2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2014/647**

**Şikayet Edilen: Sayannora Güzellik Hizm. ve Kozmetik Ürün İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.sehrikeyif.com/firsat/detay/sayannora** adresli internet sitesinin **19.08.2015** tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken bir tıbbi işlemin tanıtımının yapıldığı, *“Tüysüz Bir Dünya Sayannora Sloganıyla Epilasyonda Bitirme Garantisi Veren Sayannora Güzellik Ve Estetik Merkezi Sizlere Çok Güzel Bir Fırsat Sunuyor. Modern İnsanın Daha Yoğun Bir Tempoda, Daha Sıkı Bir Çalışmayla Kendi Mutluluğu İçin Daha Çok Yorulduğu Günümüz Dünyasında, Özel Ve Güzel Bir An Yaşamak Mümkün. Müşteri Memnuniyetini Ön Planda Tutarak… .İstanbul’da Merkezi 5 Katlı Olup Her Türlü Konforun Sağlandığı Bir Alan Oluşturulmuştur”* şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği*;*

**-www.facebook.com/pages/Sayannora** adresli internet sitesinin **21.08.2015** tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi İğneli Epilasyon, Kavitasyon ve Bölgesel İncelme”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, *“FIRSAT KAMPANYA…!!! 14 Şubat Sevgililer Gününe Özel lazer epilasyon olarak 3 bölge alan müşterilerimize 1 bölge bizden hediye!!!+ peşin ödenekerde %30 indirim* şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de 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 **Sayannora Güzellik Hizm. ve Kozmetik Ürün İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2014/654**

**Şikayet Edilen: Epiderplus**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.epiderplus.com** adresli internet sitelerinin **20.08.2015** tarihli görünümünde;

Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Kavitasyon, Fotoepilasyon, Epilasyon, Lipocell”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca kuruluşunuzun isminin; **“*Epider Plus Epilasyon-Güzellik-Estetik*”** olarak belirtildiği, kuruluşunuzun bir güzellik salonu şeklinde faaliyet göstermesi nedeniyle bu ifadenin tüketiciler açısından yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiştir. ontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de 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 **Epiderplus** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2014/1536**

**Şikayet Edilen: Elit Estetik Güzellik Spor ve Sağlık Merkezi Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.facebook.com/elitguzellikmerkezi** adresli internet sitesinin **20.08.2015** tarihli görünümlerinde;

-Kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *“Bölgesel Zayıflama, Estetik Operasyonlar, Epilasyon, Mezoterapi, PRP, Botoks”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

-Kuruluşunuzun isminin; **“*Elit Estetik 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;

- 10.01.2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elit Estetik Güzellik Spor ve Sağlık Merkezi Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2014/648**

**Şikayet Edilen: Klinik Market Sağlık Ür. İnş. Tur. Oto San. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.sueguzellik.com ve www.facebook.com/SueKlinikGüzellik** adresli internet sitelerinin **19.08.2015** tarihli görünümlerinde;

- Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"PRP- Platelet Rich Plazma, IPL Epilasyon, Karboksiterapi, Exima Kavitasyon,”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

- Kuruluşun isminin; “***Sue Güzellik ve Sue Klinik Güzellik***” 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;

- 10.01.2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2015/530**

**Şikayet Edilen:** **Glamour Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait [www.facebook.com/Glamour-Güzellik-Estetik](http://www.facebook.com/Glamour-Güzellik-Estetik) adresli internet sitesinin 17.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Kavitasyon-Bölgesel İncelme, Lazer Epilasyon, Ozon Tedavisi”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca bu işlemlere yönelik fiyatların da belirtildiği, inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün (güzellik salonu) açıkça belirtilmediği ve kuruluşun *“GLAMOUR GÜZELLİK VE ESTETİK”* olarak isimlendirildiği,ayrıca anılan tanıtımlarda hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2015/792**

**Şikayet Edilen:** **Jansel Lazer Güzellik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/Jansel-Lazer-Güzellik-Merkezi](http://www.facebook.com/Jansel-Lazer-Güzellik-Merkezi) adresli sayfasının 03.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Lazer Epilasyon, Kavitasyon, Botoks, Lenf Drenaj”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, kuruluşun isminin;“Jansel Lazer Güzellik Merkezi” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de 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 **Jansel Lazer Güzellik Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2015/526**

**Şikayet Edilen:** **Woo Plus Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait [www.ankaraguzellikmerkezleri.com](http://www.ankaraguzellikmerkezleri.com) ve kuruluşa ait [www.wooplusguzellik.com](http://www.wooplusguzellik.com) adresli internet sitelerinin 27.05.2015 tarihli görünümlerinde; Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Lazerler, Kimyasal Peeling, Fototerapi, Kavitasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı; Ayrıca kuruluşa ait [www.wooplusguzellik.com](http://www.wooplusguzellik.com) adresli internet sitesinin; Ana sayfasında;”*…Sistematik çalışma prensibi ve güler yüzlü ekibimiz ile sizlere en iyi hizmeti sunmak için…Zayıflama alanında uzman ekibimiz ile sizlere olasılıklar değil sonuçlar sunmak için çalışmaktayız…%100 müşteri memnuniyeti sağlamak için çalışan güler yüzlü ekibimiz haftada 6 gün hizmet vermektedir…”,* Hakkımızda başlığı altında; “*Mucizevi cihaz CAVISLIM ile yaza capcanlı bir başlangıç yapın! Bestekar'da yeni    açılan WOO+ Güzellik Salonu'nda Saffron Gold jel ürünleri ile uygulanacak bakım ile    hem canlanın, hem de kendinizi yenileyin!  Sizlere kaliteli temiz ve dürüst hizmet verme ilkesini benimsemiş olan Wooplus    Güzellik’te müşteri memnuniyeti her şeyden önde geliyor*…” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de 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 **Woo Plus Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2015/502**

**Şikayet Edilen:** **Derin Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.grupanya.com](http://www.grupanya.com) adresli internet sitesinin 29.05.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; "IPL Epilasyon, Kimyasal Peeling" gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımların yapıldığı tespit edilmiştir.

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de 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 **Derin Güzellik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2015/510**

**Şikayet Edilen:** **Sedna Form Güzellik**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait [www.sednaform.com](http://www.sednaform.com) adresli internet sitesinin 02.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun isminin “Sedna Form Güzellik” olarak belirtildiği, bu suretle kuruluşun hangi alanda faaliyet gösterdiği (güzellik salonu, poliklinik, vs. kuruluşun türü) konusunda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; "Kavitasyon, Lenf Drenaj, Selülit Tedavisi” gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca “Kampanyalarımız” ve “Fiyat Listesi” başlıkları altında bu işlemlere yönelik fiyatların da belirtildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- 10.01.2015 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2015/320**

**Şikayet Edilen:** **Hasan YILDIZ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait [www.drhasanyildiz.com](http://www.drhasanyildiz.com) adresli internet sitesinin 12.03.2015 tarihli görünümünde; Ana sayfada; *“Sağlıklı bebekler mutlu anneler… Bebeğiniz emin ellerde dünyaya gelsin…” ifadeleri ile ana sayfada ve “Videolar” başlığı altında şahsınızı ve muayenehanenizi övücü nitelikte görüntülerin bulunduğu, “Hasta yorumları” ve “ Doğum hikayeleri” başlıkları altında, kuruluşunuzu öven ifadelerin bulunduğu, “Hakkında” başlığı altında; “4 tane ulusal-uluslararası posteri, 8 tane ulusal-uluslararası yayını bulunmaktadır. Yurt içi ve yurt dışı olmak üzere 19 kongre ve sempozyuma katılmıştır…”,“Duyurular” başlığı altında; “4 Boyutlu Ultrason Çekimlerimiz En Son Teknoloji Cihazımızla Gerçekleştirilmektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca ana sayfada bulunan “4 boyutlu ultrason” başlığı altında ve aynı başlık altında bulunan www.4boyutluultrason.net sekmesine tıklayarak ulaşılabilen sitede, belli bir tedavinin ve cihazın avantajlarını, üstünlüklerini, fotoğraflarının ve videolarının yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşa ait söz konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu, bu tanıtımların talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumların da;

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

- Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri;

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 29 uncu 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**32)**

**Dosya No: 2014/1847**

**Şikayet Edilen: Ejzane Medikal Oto. Rek. Gıda Bil. Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cintopu.org](http://www.cintopu.org) adresli internet sitesinde ***“Çin Topu”*** adlı ürüne, [www.kamagraal.com](http://www.kamagraal.com) ve [www.kamagrajeli.gen.tr](http://www.kamagrajeli.gen.tr) adresli internet sitelerinde ***“Kamagra Jel”*** adlı ürüne ve [www.epimedyumlubitkiselmacun.](http://www.epimedyumlubitkiselmacun.)com adresli internet sitesinde ***“Epimedyumlu Macun”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.12.2014, 28.08.2015, 29.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.cintopu.**](http://www.cintopu.)**org adresli internet sitesinin 15.12.2014 tarihli görünümünde,** *“****Çin Topu*** *– Bildiğiniz gibi cinsel performans arttırıcı bir çok ürün var. Çin topu da bunlardan biri. Çin’den ithal edilen ve Tibet erkeklerinin en iyi cinsel yardımcı performans ürünü. Çin Topu tamamen bitkisel bir macundur. gecelerin çok uzun olmasını isteyenler için birebirdir. Gerçekten etkilidir, piyasadaki diğer cinsel performans haplarına göre daha etkili bir üründür. Yarım saat içerisinde gerçek etki, gerçek performans. Cinsel birleşim sayılarınızda mükemmel artış, sperm sayısında muhteşem yükselme, kendinize olan güvenin geri gelmesi ve doğurganlığın artması. İçerisinde cinsel güç haricinde diğer hormonlarınız için de etki verecek, vücuttaki hücre sayısını arttıracak ve sizin kendinize olan güveninizi geri getirecek…”*; [**www.kamagraal.com**](http://www.kamagraal.com) **adresli internet sitesinin 28.08.2015 tarihli görünümünde,** *“****Kamagra Jel*** *- Bay ve bayanlar için doğal afrodizyak jelly, 7 renk 7 tat doğal afrodizyak jelly ve damla. Tüm içeceklerde kullanılır, hemen etkisini gösterir, hiçbir yan etkisi yoktur, uzun süre etkisini devam eder…”*; [**www.kamagrajeli.gen.tr**](http://www.kamagrajeli.gen.tr) **adresli internet sitesinin 28.08.2015 tarihli görünümünde,** *“****Kamagra Jel*** *- Tüm içeceklerde kullanılır, hemen etkisini gösterir. Kamagra jel kullanıcılarının yaptıkları yorumlara baktığımız da etki gördüklerini ve adından da görüldüğü gibi cinsel hayatlarına renk kattıklarını dile getirmektedirler. Kamagra jel sloganı olarak 7 tat ve 7 renk diyebiliriz . Bu durum da daha renkli bir gece için sizlere yardımcı olacağı anlamına gelmektedir. Kamagra jel özellikleri sayesin de hem erkeklere hem de bayanlara yardımcı olmaya çalışan bir üründür. Mavi olan paketi erkekler için üretilmişken , pembe olan kutusu bayanlar için üretilmiş olan bir üründür. Yani kamagra jel unisex bir ürün diyebiliriz. Günümüz de hem erkeklerin hem de bayanların ortak kullabileceği ürünler çok fazla yoktur bu neden ile kamagra jel dikkatleri üzerine çeken bir üründür…”*; [**www.epimedyumlubitkiselmacun.**](http://www.epimedyumlubitkiselmacun.)**com adresli internet sitesinin 29.09.2015 tarihli görünümünde ise;** *“****Epimedyumlu Macun*** *– Sperm sayısını, hareketliliğini ve kalitesini arttırır. Erkek ve bayanlar için cinsel güç ve istek sağlar. Epimedyumlu macun ile daha mutlu bir cinsel hayat. Epimedyumun size sağladığı özel performans artışı sayesinde partnerinizi tatmin edeceğinizden hiç şüpheniz olmasın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.cintopu.org](http://www.cintopu.org) adresli internet sitesinde **“Çin Topu”**, [www.kamagraal.com](http://www.kamagraal.com) ve [www.kamagrajeli.gen.tr](http://www.kamagrajeli.gen.tr) adresli internet sitelerinde **“Kamagra Jel”** ve [www.epimedyumlubitkiselmacun.](http://www.epimedyumlubitkiselmacun.)com adresli internet sitesinde ise **“Epimedyumlu Macun”** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, bu itibarla söz konusu ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ejzane Medikal Oto. Rek. Gıda Bil. Hizm. 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.

**33)**

**Dosya No: 2014/1140**

**Şikayet Edilen: Ufuk TOPÇUOĞLU (Ufuk Eczanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.marketimstore.com](http://www.marketimstore.com) ve [www.dermoclubs.com](http://www.dermoclubs.com) adresli internet sitelerinde muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: **Şahsa ait** [**www.marketimstore.com**](http://www.marketimstore.com) **adresli internet sitesinin kapalı olduğu ve yine şahsa ait** [**www.dermoclubs.com**](http://www.dermoclubs.com) **adresli internet sitesine yönlendirme yapıldığı,** [**www.dermoclubs.com**](http://www.dermoclubs.com) **adresli internet sitesinin 29.09.2015 tarihli görünümünde ise;** “***GNC Triple Fish Oil 1400+Lutein&Hyal Acid*** *– Enerji: 15 kkal, DHA (Omega 3) : 253 mg, EPA (Omega 3) : 647 mg, Yağ: 1.5 g, Hyaluronik asit: 5 mg, Yağdan gelen enerji: 15 kkal, Balık Yağı: 1400 mg, Lutein: 5 mg. Beslenme desteği olarak, günde 2 kapsül yemekle beraber alınır. Bu gıda Omega 3 yağ asidi EPA ve/veya DHA içerir. EPA ve/veya DHA kalp ve damar sağlığının korunmasına yardımcı olur…* ***Com Romax 60 Tablet*** *– Com Romax 60 Tablet: Eklem sağlığı, kireçlenme, romatizma…* ***Oze Bitkisel Karışım*** *– Oze, prostat tedavisinde yardımcı bitkisel karışım…”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2015/970**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“30 dakikada kapında”*** ürün teslim garantisi uygulamasına ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Firma tarafından [www.dominos.com.tr](http://www.dominos.com.tr) adresli internet sitesinde “30 dakikada kapında” adı altında başlatılan uygulamaya ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda;

*“Domino's Pizza, 30 dakikada teslim garantisi veren ve bu sözün arkasında duran tek markadır.*

*Siparişinizin 30 dakikadan geç teslim edilmesi durumunda Domino's Pizza'nın maksimum yükümlülüğü sipariş başına menüdeki en yüksek fiyatlı ürün kadardır. Fiş tutarından bu miktarda indirim yapılacaktır. Sipariş bedeli daha az ise hiç bedel alınmaz, üzerine herhangi bir bedel verilmez.*

*30 dakikada teslim garantisi, sipariş verilen şubenin servis sınırlarında geçerlidir.*

*Dağıtım elemanlarımızın sürüş güvenliği için servis alanlarımız sınırlıdır.*

*Toplu siparişlerde 30 dakikada teslim garantisi yoktur. 4 pizza ve üzeri adet toplu sipariş sayılır.*

*Domino's Pizza 30 dakikadan geç yapılan teslimatlardan dolayı eve servis elemanlarına ceza vermez veya maaşında bu bedel kesilmez.*

*Domino's Pizza servis garantisini önceden haber vermeksizin geri çekme hakkını saklı tutar.*

*30 dakika teslim garantisi promosyon günleri, özel günler, kötü hava koşulları ve 23:30-04:00 arası gece servis saatlerinde geçerli değildir. Bu durum sipariş esnasında müşteriye iletilir.*

*Hastane, Okul, İş merkezleri ve Siteler gibi alanlarda 30 dakika garantisi Güvenlik veya Danışma birimlerine kadardır.*

*Adres bildirimlerinde, yazım hatalarında (Cadde/sokak adı veya bina numarası hatalı yazıldığında) 30 dakikada teslimat garantisi verilmemektedir.”* koşullarına yer verilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Pizza Restaurantları A.Ş.** tarafından taahhüt edilen **“30 dakikada kapında”** ürün teslim garantisi uygulamasına ilişkin reklam ve tanıtımlarda yer verilen ifadelerde tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir durumun bulunmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/1004**

**Şikayet Edilen:** **Özcanlar Gıda-Hüdayi Özcan**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Motif Üzüm Sirkeli Salamuralık Konsantre”*** adlı ürün etiketinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler**: Hüdayi Özcan’a ait Özcanlar Gıda’nın ürettiği Motif Üzüm Sirkeli Salamuralık Konsantre etiketinde “Üzüm Sirkeli” kısım büyük puntolarla yazılarak ön plana çıkarıldığı tespit edildi.

**Değerlendirme/Karar:** Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı etikete yönelik yaptırımı yerine getirmiş olduğuna ve bu sebeple söz konusu etikette Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2015/1310**

**Şikayet Edilen:** **Hayat Baharat Dünyası**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Söz konusu internet sitesinin 11.09.2015 tarihli görünümünde gıda takviyesi niteliğindeki ürüne ilişkin olarak; ***“Kiraz sapı kapsülle ayda 6 kilo verme garantisi. İçeriğindeki lif oranı sayesinde sağlıklı bir diyet ve sporla desteklendiğinde sağlıklı kilo vermenize yardımcı olur. Kiraz Hapı, gün içinde spor yapmaya vakit bulamayanlar, yürüyüş ve koşu esnasında fazla yorulanlar, fitness programlarından çabuk sıkılanlar ve yediklerine çok fazla dikkat edemeyenler için yaz öncesi formunuzu yakalamanız, yaz sonu formunuzu korumanız için sağlıklı şekilde kilo verebilmenin yepyeni formülüyle tanışın. Sıklıkla tükettiğiniz yiyeceklerde bulunan yağların vücutta birikilmesini engellemede yardımcı olarak kilo kontrolünü yükseltir. Kiraz Hapının Faydaları? Sinir sistemine olumlu etkisi ile vücuttaki stresin azalmasına yardımcı olur. Kalbi rahatlatmaya yardımcı olur. Karaciğer ve safra kesesine fayda sağlar. Selülit oluşumunu engellemeye yardımcı olur ve oluşan selülitlerin azalmasına yardımcı olur.”*** *ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde yer alan ***“Cherry Handle”*** adlı ürünün tanıtımında endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünün bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun “Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklam ile tüketici haklarının korunması” başlıklı 24. Maddesinin 3. Bendi,

-29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-c, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1, 42/2, 42/5, 42/5-b,

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2015/1315**

**Şikayet Edilen:** **Solgar Vitamin ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Solgar Artichoke Leaf Extract”*** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:**  Şubat 2012

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** “Solgar Artichoke Leaf Extract” isimli ürünün tanıtım kartında; ***“Enginar yaprak ekstresi; içerdiği sinarin (cynarin) etken maddesiyle karaciğer ve safra problemlerinde, sindirim sorunlarında ve karaciğer detoksifikasyonunda yardımcıdır.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme ve Karar:** “Solgar Artichoke Leaf Extract” isimli ürünün tanıtım broşüründe endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünün bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanununun “Gıda ve yemde izlenebilirlik ve etiketleme, sunum ve reklam ile tüketici haklarının korunması” başlıklı 24. Maddesinin 3. Bendi,

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-c, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1, 42/2 maddeleri,

-10.1.2015 tarih ve 29232 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**38)**

**Dosya No: 2015/338**

**Şikayet Edilen:** **Erkut CEYLAN (GAYE BİTKİSEL)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bobkor.com](http://www.bobkor.com), [www.bobkor.com.tr](http://www.bobkor.com.tr) ve [www.erkutceylan.com](http://www.erkutceylan.com) adresli internet sitesinde ***“Böbkor”*** ve ***“Genital Siğil Temizliği”*** adlı ürünlere yönelik yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bobkor.co](http://www.vitaminler.com)m ve [www.bobkor.com.tr](http://www.bobkor.com.tr) adresli internet sitelerinin 12.03.2015 tarihli görünümünde; *“****5 dakikada ağrıyı kesin, 10 günde tamamen eritin.*** *Böbrek Taşı* ***Düşürmek İçin Ameliyat Olmanıza Gerek Yok! %100 Doğal Tek Çözüm. Ameliyatsız, Ağrısız, zahmetsiz ve yan etkisi olmayan tamamen doğal yöntemlerle üretilen Böbkor ile Böbrek Taşı Düşürme tedavinize yardımcı olun!*** *Böbkor, böbreklerinizi temizleyen,* ***şifa veren ve kalıcı olarak koruma sağlayan bir üründür.*** *Böbreklerimizi asıl dostu bol su tüketmek ve üşütmemektir. Tırtırlı taşlar dahil olmak üzere kum şeklinde vücuttan atılmasını sağladığı gibi böbreğin yeniden taş oluşturmasını önler.* ***Tüm yaş grubunun rahatlıkla kullanabileceği Böbkor ‘un bilinen herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır. İdrar Yollarını temizler. İrsi böbrek taşı oluşumlarını engelleyerek, doğacak çocuklarınızın da bu tür sıkıntılar yaşamasını önlemiş olursunuz. İdrar yollarındaki iltihap, kum ve idrar yolu hastalıklarını giderir. Prostat sıkıntılarını ortadan kaldırır. İyi huylu ya da kötü huylu böbrek kistlerinin temizlenmesini sağlar. Böbrek taşları ya da iltihaplanmalardan dolayı zedelenen böbrek ve böbrek kanallarını onarır. Kanlı idrar oluşumunu önler ve böbreği onarır.*** *Böbrek taşlarının; Spantan atılımı (ör; litotripsi sonrası taş atılımı, yeni taş oluşumunu önleme) Antispazmodik etkisi (ağrı azalımı, taşın düşürülmesini kolaylaştırıcı etki) Antibakteriel etki (enfeksiyon riskini önleyici) sağlamada % 100 etkili tamamen doğal içerikli bir üründür.* ***Kullanıldığı andan itibaren ilk 10 dakika içerisinde etkisini göstermeye başlar. Böbrek ağrınızın nedeni; Kum ya da çok küçük taşlar ise o gün içerisinde sonucunuza mutlaka ulaşırsınız. 10 günde böbrek, mesane ve bütün böbrek kanallarını tamamıyla düzenler ve sağlıklı bir böbreğe kavuşmuş olursunuz. Böbkor, böbreklerinizi temizleyen, şifa veren ve kalıcı olarak koruma sağlayan bir üründür.*** *Böbkor, böbrek taşları düşürmede adeta ayna görevi yapmaktadır. Tırtırlı taşlar dâhil olmak üzere kum şeklinde vücuttan atılmasını sağladığı gibi böbreğin yeniden taş oluşturmasını önler.* ***Hamileler dâhil tüm yaş grubunun rahatlıkla kullanabileceği******Böbkor’ un*** *bilinen herhangi bir yan etkisi bulunmamaktadır.* ”şeklinde,

[www.erkutceylan.com](http://www.erkutceylan.com) adresli internet sitesinin 12.03.2015 tarihli görünümünde ise; Ürünler başlığı altında; *“****Böbkor*** *ürünümüz,* ***taşları eriterek kum haline getirir ve idrarla size acı vermeden atılmasını sağlar. Filmlerde dahi böbrekteki kumlar görünmez. Tamamen böbrek içi ve idrar yollarındaki kumları, taşları temizler.*** *Ürünün işe yarayıp yaramadığınızı idrarınızı bir kaba yaparak gözlemleyebilirsiniz.”*Hakkımda başlığı altında:*“Bu gün* ***Böbkor*** *markasıyla satışa başladığım,* ***dünyanın en etkili böbrek taşı düşüren******ürününü icat ettim****. On bini geçkin* ***böbrek rahatsızlığı bulunan kişiyi iyileştirme şerefine nail oldum****. 2009 Yılında bitkilerle insan sağlığına hizmet etmeye başladım. Bir dostumun çare bulamadığı bir rahatsızlığı bana bahsetmesi üzerine 3 yıl uğraş sonucunda,* ***Dünyada çaresi bulunmayan HPV Genital siğillere kesin çözümü buldum ve “GntSiğilTem” olarak piyasaya sundum.*** *Kesin başarı ve teşekkürlerinizden dolayı onur duymaktayım. Kanseri araştırmaktayım.* ***Kanserin ana sebebinin siğil olduğunu keşfettim.*** *Çalışmalarım devam etmekte ve oldukça başarılı ilerleme göstermekteyim. Çevremin Türkiye ve Dünya geneli çok olmasından dolayı, birçok hastalığa çare bulabilmek için uğraşmaktayım. Bayanların isteği üzerine;* ***Selülit’e, Topuk Dikeni ’ne*** *son veren,* ***Varis*** *oluşumunu engelleyen medikal bir ürün tasarladım, ürettim ve piyasaya sundum. Bu ürün sayesinde göbek ve basen erimelerinde üstün başarı sağladım. Dolayısıyla zayıflamaya da katkı sağlamakta. Ben,* ***Erkut Ceylan*** *olarak olmayanları yapmaya çalışan, halkımızın cebine ve sağlığına katkıda bulunan naçizane bir kulum. Kesin çözüme ulaştığım rahatsızlıklar;* ***Hemoroit (Basur), Topuk Dikeni, Varis****,* ***Selülit, Genital Siğil, el ayak siğilleri, Et benleri,******Böbrek taşı ve rahatsızlıklarını giderme, Vücut direncini güçlendirme ve Nasır.”*** şeklindeifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mevcut bilgi ve belgeler ışığında söz konusu internet sitelerinin ve bu sitelerde yer alan tanıtımların Erkut CEYLAN adlı şahsa ait olduğuna,

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

- 1219 Sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 1, 8 ve 25 inci maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b,

5/c, 5/ç, 5/d ve 7/a, 7/b, 7/c inci maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 üncü maddesi,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**39)**

**Dosya No: 2015/396**

**Şikayet Edilen: Asel İzol. Çat. Kap. İnş. Taah. Ve San. Tic. Ltd**. Şti.

**Şikayet Edilen Reklam:** www.chiatohumlari.com adresli internet sitesi ile firmaya ait facebook, twitter ve instagram hesaplarında yer alan ***"Chia Tohumu"*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.chiatohumlari.com](http://www.chiatohumlari.com) adresli internet sitesinin 30.04.2015 tarihli görünümünde; Ürünlerimiz başlığı altında, ***“Chia Tohumu Faydaları; Enerji ve direnç verir. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Kilo vermeye yardımcı olur. Kan şekerini dengeler/düzenler. Kansızlığa karşı etkilidir. Vücudu toksinlerden arındırır. Kemikleri güçlendirerek kemik erimesine karşı korur. Osteoporoza karşı koruma sağlar. Depresyona karşı etkilidir. Sindirimi sağlar/kolaylaştırır. Kanın pıhtılaşmasını engelleyerek kalp damar hastalıklarına yakalanma riskini azaltır. Beyin ve Sinir sisteminin daha sağlıklı çalışmasına yardımcı olur. Kötü kolesterolü düşürüp iyi kolesterolün yükselmesine yardımcı olur. Saç ve tırnakları güçlendirerek sağlıklı uzamasını sağlar. Diş ve ağız sağlığını korur. Diz ve bacak ağrılarına iyi gelir. Kalın bağırsağı temizler. Enflamasyonu azaltır. Cilt, saç ve tırnakları güzelleştirir.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b,

5/c, 5/ç, 5/d ve 6 ncı maddeleri,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun 24/3 üncü maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Asel İzol. Çat. Kap. İnş. Taah. Ve San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2014/259**

**Şikayet Edilen: Devrim GÜLLE**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde pek çok benzer gıda takviyesi ürüne ilişkin, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tanıtımı yapılan ürünlerin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu, diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet bu ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı,

Dolayısıyla, söz konusu tanıtımların;

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

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 9/4, 11/1, 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TEKNOLOJİ/DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**41)**

**Dosya No: 2015/429**

**Şikayet Edilen: Teknosa İç ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Asus Fonepad FE170CG”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Asus Fonepad FE170CG”*** başlıklı reklamlarda, bahsi geçen ürünün işlemci hızının 1,6 Ghz; ekran çözünürlüğünün ise 1280x600 olduğu şeklindeki ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Asus Fonepad FE170CG”*** başlıklı reklamlarda bahsi geçen ürünün işlemci hızı 1,2 Ghz olmasına rağmen bu özelliğin 1,6 Ghz olduğunun belirtildiği, ayrıca anılan ürünün ekran çözünürlüğü 1024x600 olmasına rağmen bu çözünürlüğün 1280x600 olduğunun belirtilerek tüketicilerin yanıltıldığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**42)**

**Dosya No: 2015/1274**

**Şikayet Edilen: Doğan Motosiklet ATV San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.doganmoto.com](http://www.doganmoto.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“YUKI YK-03 Halley”*** model elektrikli bisiklete ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.doganmoto.com](http://www.doganmoto.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“YUKI YK-03 Halley”*** model elektrikli bisiklete ilişkin reklamlarda ***“Yuki YK-03 Halley Elektrikli Bisiklet 1576,27 TL”***şeklinde ifadelere yer verildiği ve stok bilgisine ilişkin bir bilgiye ise yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.doganmoto.com](http://www.doganmoto.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“YUKI YK-03 Halley”*** model elektrikli bisiklete ilişkin reklamlarda ***“Yuki YK-03 Halley Elektrikli Bisiklet 1576,27 TL”***şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen söz konusu fiyat bilgisinin gerçeği yansıtmadığı ve anılan ürünün stoklarınızda bulunmadığı, ayrıca fiyat bilgisi içeren ürünlerin stok miktarına reklamlarda yer verilmemesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların;

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7 nci, 9 uncu, 13 üncü ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Doğan Motosiklet ATV San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**43)**

**Dosya No: 2015/880**

**Şikayet Edilen: Titaş Turizm İnş. ve Tic. A.Ş. (Esra Family Suit Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Esra Family Suit Otel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.etstur.com](http://www.etstur.com) ve [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.05.2015, 07.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Titaş Turizm İnş. ve Tic. A.Ş.’yeait *“Esra Family Suit Otel”* isimli tesise ilişkin olarak Aydın Valiliği Kadastro Müdürlüğü tarafından yapılan incelemede, tesisin denize uzaklık mesafesi kuş uçuşu 397 metre olarak tespit edilmesine karşın, anılan tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.etstur.com](http://www.etstur.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlarda, ***“Denize 300 m mesafede konumlanan tesisin ücretsiz halk plajı bulunuyor.”*** ifadesine; [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlarda ise ***“Denize Mesafe 200 Mt.”*** ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Esra Family Suit Otel”* isimli tesise ilişkin olarak Aydın Valiliği Kadastro Müdürlüğü tarafından yapılan incelemede, tesisin denize uzaklık mesafesi kuş uçuşu 397 metre olarak tespit edilmesine karşın, anılan tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.etstur.com](http://www.etstur.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlarda, ***“Denize 300 m mesafede konumlanan tesisin ücretsiz halk plajı bulunuyor.”*** ifadesine; [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamlarda ise ***“Denize Mesafe 200 Mt.”*** ifadesine yer verilmesinin tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2015/884**

**Şikayet Edilen: Marla Pazarlama Dağıtım Otelcilik Turizm Tic. Ltd. Şti. (Otel Marla)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Otel Marla”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.otelmarla.com](http://www.otelmarla.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela, buklet malzemeleri, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.02.2015, 10.03.2015, 24.07.2015, 31.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela, buklet malzemeleri, broşür ve diğer basılı materyaller

**Tespitler:** Marla Pazarlama Dağıtım Otelcilik Turizm Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Otel Marla”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.otelmarla.com](http://www.otelmarla.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela, buklet malzemeleri, broşür ve diğer basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Otel Marla”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.otelmarla.com](http://www.otelmarla.com) ve [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitelerinde, tesise ait tabela, buklet malzemeleri, broşür ve diğer basılı materyallerde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 10.01.2015 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 **Marla Pazarlama Dağıtım Otelcilik Turizm 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: 2015/881**

**Şikayet Edilen: Elif Taşımacılık Tur. Petrol İnş. ve Tic. Ltd. Şti. (Orkun Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Orkun Otel”***isimli turizm işletmesine ilişkin olarak [www.izmirotelleri.com](http://www.izmirotelleri.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2015,23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Elif Taşımacılık Tur. Petrol İnş. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Orkun Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “1 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.izmirotelleri.com](http://www.izmirotelleri.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelada *“2 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Orkun Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “1 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.izmirotelleri.com](http://www.izmirotelleri.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelada *“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 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 **Elif Taşımacılık Tur. Petrol İnş. ve 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: 2015/883**

**Şikayet Edilen: Günba Turizm Ticaret A.Ş. (Pamuksu Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Pamuksu Hotel”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.pamuksuhotel.com](http://www.pamuksuhotel.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2015, 07.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Günba Turizm Ticaret A.Ş.’yeait *“Pamuksu Hotel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Butik Otel Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, [www.pamuksuhotel.com](http://www.pamuksuhotel.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet sitelerinde *“Butik Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Pamuksu Hotel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Butik Otel Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmemiş olmasına karşın, [www.pamuksuhotel.com](http://www.pamuksuhotel.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com](http://www.trivago.com).tr adresli internet sitelerinde *“Butik Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Günba Turizm Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2015/1036**

**Şikayet Edilen: Aytur Tur. ve Tic. Ltd. Şti. (Eftalia Aqua Resort Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Eftalia Aqua Resort Otel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Aytur Tur. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Eftalia Aqua Resort Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“5 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Eftalia Aqua Resort Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“5 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2015/1033**

**Şikayet Edilen: Edip Emre AKDUMAN (Villa Perla)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Villa Perla”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına ilişkin olarak [www.villaperla.com](http://www.villaperla.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2015, 01.07.2015, 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, basılı materyal

**Tespitler:** Edip Emre AKDUMAN’aait *“Villa Perla”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.villaperla.com](http://www.villaperla.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde, ***“Villa Perla Boutique Hotel Restaurant” , “Villa Perla Butik Hotel”, “Evimizde portakal ağaçlarının altında, 5 yıldızlı otel konforunu yaşamaya (…) davetlisiniz.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* ve *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Villa Perla”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Özel Konaklama Tesisi Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.villaperla.com](http://www.villaperla.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait basılı materyallerde, ***“Villa Perla Boutique Hotel Restaurant” , “Villa Perla Butik Hotel” , “Evimizde portakal ağaçlarının altında, 5 yıldızlı otel konforunu yaşamaya (…) davetlisiniz.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle *“Butik Otel”* ve *“5 Yıldızlı Otel”* şeklinde tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**49)**

**Dosya No: 2014/1655**

**Şikayet Edilen: Bookingdotcom Destek Hizmetleri Ltd. Şti. / Booking.com International B.V.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar ile tüketicilere gönderilen e-postalar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.09.2014, 20.04.2015, 08.06.2015

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

**Tespitler:** www.booking.com adresli internet sitesinin 20.04.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, ***“Booking.com olarak bilgilendirici, kullanıcı dostu ve en iyi fiyat garanti eden bir internet sitesi sunmayı amaçlıyoruz. En düşük fiyatlar. Booking.com, hem şehirlerde hem de deniz kenarı veya kırsal bölgelerde en iyi otel fiyatlarını garanti etmektedir”*** ifadelerine; adı geçen internet sitesine üye olunması halinde tüketicilere gönderilen e-postalarda ise, ***“Kimse duymasın… Sizi sırrımıza ortak ediyoruz. %20’lik indirimlerden hemen faydalanın! Gizli fırsatlar Açığa Çıkıyor!”*** , ***“Bir sonraki seyahatiniz için indirim kazandınız!”*** ifadelerine yer verildiği; İstanbul Ticaret Odası’nın resmi web sayfası üzerinden yapılan incelemede, Bookingdotcom Destek Hizmetleri Limited Şirketi’nin iş konusunun, ***“Türkiye ve diğer ülkelerde ana firmasının sahip olduğu altyapı üzerinden oteller ve her türlü konaklama tesisleri arasında her türlü ticari ilişkilerin kurulması ve gerekli sözleşmelerin düzenlenmesiyle onlara satış hizmetinin sağlanması konusunda destek vermektir ve ana sözleşmesinde yazılı olan diğer işler”***şeklinde tanımlandığı; ayrıca [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin 20.04.2015 tarihli görünümünde, “Booking.com ve iştirakler hakkında” başlığı altında*, “Booking.com’un genel merkezi Hollanda’nın Amsterdam şehrinde bulunmakta olup, kuruluşun dünya çapında çeşitli iştirakleri vardır. İştirakler Booking.com’a sadece dahili destek sağlamakta olup Booking.com yararına çalışmaktadır****. İştiraklerin hizmet sağlamaya, Booking.com’u temsil etmeye veya Booking.com için, adına veya Booking.com’u temsilen herhangi bir sözleşme imzalamaya yetkileri yoktur. İştirakler Booking.com’a bağlı acente ya da servis tensilcisi olarak çalışmaya izinli değildir. Booking.com, Amsterdam’daki kayıtlı ofisi dışında, (iştiraklerine ait ofisler de dahil olmak üzere) hiçbir yerde veya dünyadaki hiçbir ofiste yer almamaktadır.”***ifadelerine yer verildiği; Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı resmi internet sitesi üzerinde yapılan incelemede ise; [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin Hollanda menşeili olduğu ve sitenin yer ve erişim sağlayıcısının “Booking.com BV” olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Booking.com International B.V. unvanlı şirkete ait olduğu tespit edilen [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesine ilişkin olarak yapılan inceleme kapsamında; 5326 sayılı Kanun’un 6 ncı ve 5237 sayılı Kanun’un 8 inci maddeleri gereğince, Reklam Kurulu tarafından 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77 inci maddeleri uyarınca idari yaptırım uygulanabilmesi için ihlal fiilinin kısmen veya tamamen Türkiye'de işlenmesi veya neticenin Türkiye'de gerçekleşmesi gerektiği; Hollanda menşeili ve dünyanın her yerinde aynı kapsamda 42 farklı dilde hizmet veren bir internet sitesinde yer alan reklam niteliğindeki ifadelere Türkiye’den ve istenirse Türkçe olarak ulaşılabiliyor olmasının, söz konusu reklamların münhasıran Türkiye’de yapılıyor olduğu yönünde bir kabulü beraberinde getirmeyeceği, nitekim internet sitesine Türkiye’den giren bir tüketicinin aynı ifadelere 42 farklı dilde ulaşabildiği, aynı şekilde siteye dünyanın herhangi bir yerinden giren bir tüketicinin Türkçe dilini seçtiğinde sitenin Türkçe haline ulaşabildiği; [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde yer alan reklamların münhasıran Türkiye’de yapılıyor olduğu ve söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatına aykırı hususların var olduğu kabul edildiğinde dahi, internet sitesinin sahibi Hollanda menşeili şirket hakkında idari yaptırım uygulanabilmesi için, idari yaptırımı gerektiren ihlal fiilinin kasten yapılıp yapmadığının Reklam Kurulu tarafından tespit edilmesi gerektiği; inceleme konusu reklamlarda bir aykırılık tespit edilmesi halinde, söz konusu reklamların münhasıran Türkiye’de yapılıyor olduğu hususunun tartışmalı olması ve Booking.com International B.V. tarafından kasten ülkemiz Reklam Mevzuatının ihlal edildiği hususunun ispat edilememiş olması nedenleriyle adı geçen şirket hakkında idari yaptırım uygulanamayacağı;Bookingdotcom Destek Hizmetleri Ltd. Şti. ticaret unvanlı şirketin ise kendi adına ve hesabına veya Booking.com International B.V ticaret unvanlı şirket adına veya hesabına hareket etme yetkisinin olmaması nedeniyle söz konusu limited şirketin “sağlayıcı”, “ticari uygulamada bulunan” veya “reklam veren” kavramlarından birine girmediği, nitekim başvuru sahipleri tarafından da aksi durumu ispatlar bir bilgi veya belge sunulmadığı, ayrıca [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin Hollanda menşeili Booking.com International B.V ticaret unvanlı şirkete ait olması ve Bookingdotcom Destek Hizmetleri Ltd. Şti. ticaret unvanlı şirketin adı geçen Hollanda şirketi adına veya hesabına hareket etme ve söz konusu internet sitesine müdahale etme yetkilerinin olmaması nedenleriyle, inceleme konusu internet sitesinde ülkemiz Reklam Mevzuatına aykırı bir hususun tespit edilmesi halinde, söz konusu aykırılıktan Bookingdotcom Destek Hizmetleri Ltd. Şti. ticaret unvanlı şirketin sorumlu tutulamayacağı, dolayısıyla adı geçen şirket hakkında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında ***idari yaptırım uygulanamayacağına*** karar verilmiştir.

**50)**

**Dosya No: 2015/1104**

**Şikayet Edilen: Gül Sarı Kuyumculuk Pet. Tur. İnş. Gıda Taş. Orman Ür. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Rozz Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

**Değerlendirme/Karar:** *“Rozz 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 23.07.2015 tarihli görünümünde *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-b ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin A/2, A/4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Gül Sarı Kuyumculuk Pet. Tur. İnş. Gıda Taş. Orman Ür. San. ve Tic. Ltd. Şti.**hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2015/1166**

**Şikayet Edilen: Kaliptus Sağlik Tur. İnş. Otel. ve Seyahat A.Ş. (Kaliptus Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Kaliptus Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.kaliptusotelkemer.com](http://www.kaliptusotelkemer.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

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

**Değerlendirme/Karar:** *“Kaliptus Hotel”*  isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde “*2 Yıldızlı Otel”,* [www.kaliptusotelkemer.com](http://www.kaliptusotelkemer.com) adresli internet sitesinde ise “*Butik Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-b ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin A/2, A/4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**52)**

**Dosya No: 2015/1087**

**Şikayet Edilen: Cengiz ASLAN (Cenas Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Cenas Otel”*** isimli tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** *“Cenas Otel”* isimli tesise ait tabelada “*3 Yıldızlı Otel”* olarak tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Cenas Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, tesise ait tabelada “*3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2-b ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin A/2, A/4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**53)**

**Dosya No: 2014/1879**

**Şikayet Edilen: Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 18-19 Ekim 2014 tarihlerinde Posta Gazetesi’nde yayınlanan ilan

**Reklam Yayın Tarihi:** 18-19 Ekim 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** A-101 isimli perakende satış mağazalarına ait olup 18-19 Ekim 2014 tarihlerinde Posta Gazetesi’nde yayınlanan ilanda Dove marka el ve vücut kreminin 3.95 TL olarak ilan edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: A-101** isimli perakende satış mağazalarına ait olup **18-19 Ekim 2014** tarihlerinde **Posta Gazetesi’nde** yayınlanan ilanda **Dove** marka el ve vücut kreminin **3.95 TL** olarak ilan edilmesine rağmen mağaza içi fiyatlandırmasının **4.75 TL olarak belirlenmesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,**

Bu durumun,

- 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,

- 10.01.2015 tarihli ve 29232 saylı Resmi Gazete’ de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 nci, 13 üncü ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**54)**

**Dosya No: 2015/1367**

**Şikâyet Edilen: Penti Giyim Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Billboardlarda yayınlanan mayo reklamları

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

**Yayınlandığı Mecra:** Billboardlar

**Tespitler:** Anılan reklamlardamayo görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketici tarafından gönderilen mayo resimleri incelenmiş veanılan firmanın ticari faaliyetinin mahiyeti gereği iç çamaşırı, mayo, bikini, çorap vs. ürünler sattığı hususu göz önüne alındığında söz konusu görsellerin 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2015/1320**

**Şikâyet Edilen: NAZ PERDE (Yaşar ÇAKMAKÇI)**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“KAPATIYORUZ… ZARARINA”*** ibareli afiş

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Anılan tanıtımlarda **“***KAPATIYORUZ…ZARARINA”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ile şikayet sahiplerinin “4 aylık” süre zarfını kanıtlayamadıkları hususu 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 ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2015/1328**

**Şikâyet Edilen: Mergen Teknoloji Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklâm: “*Son gün! Kredi kartı alışverişlerinizden dolayı biriken bonus para puanlarınız 200 TL e ulaşmıştır. Lütfen Hemen 02129220022’yi arayıp aktifleştiriniz*”** ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2014

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Muhtelif tüketicilere 20.10.2014 tarihi öncesi ve sonrasında anılan firma tarafından gönderilen kısa mesajlarda “*Son gün! Kredi kartı alışverişlerinizden dolayı biriken bonus para puanlarınız 200 TL e ulaşmıştır. Lütfen Hemen 02129220022’yi arayıp aktifleştiriniz*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile; daha önceden abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken para puanların belli bir miktara ulaştığı izleniminin oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- İnceleme konusu tanıtımların yayınlandığı dönem yürürlükte bulunan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin; 5, 7, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **Mergen Teknoloji Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **25.000-TL(Yirmibeşbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2015/84**

**Şikâyet Edilen: Yasal Takip Çağrı Merkezi Eğitim Danışmanlık Teknoloji Ürünleri Ticaret Limited Şirketi**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.yasal.com.tr](http://www.yasal.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.yasal.com.tr](http://www.yasal.com.tr) adresli internet sitesinin 24.08.2015 tarihli görünümünde;

“Kredi Dosya Masrafı 16” ve “Kredi Dosya Masrafı 2016” başlıkları ile yapılan tanıtımlarda; “*Çoğu insan dikkatsizlikle imzaladıkları sözleşmelerin hükümlerine, ne kadar kendi aleyhlerinde olsa da, körü körüne uymak durumunda olduğunu düşünürler. Ama şöyle bir ayrıntı vardır: Yasaya aykırı olan her hüküm geçersizdir ve iyi niyet sınırlarını aşan hükümler de mahkeme kararı ile geçersiz sayılabilir. Bu da tüketicilere bankaların ve diğer büyük, küçük şirketlerin keyfi dayatmalarına karşı kullanabilecekleri en büyük kozdur. Bankalar örneğinde gördüğümüz üzere halk arasında kredi dosya masrafı olarak bilinen bedellerin birçoğunun bankalar tarafından tüketicilere haksız ve iyi niyetten yoksun bir şekilde dayatmaları sonucunda mahkemeler tüketicileri lehine karar vermektedir. Sözleşmelere imza atmadan alınan önlemlerin para ve zaman kaybından kurtaracağı bir gerçek ama imza atıldıktan sonra da tüketicilerin birçok yolu olduğu bilinmeli. Bu şekilde daha sonra bankaların olası gereksiz yaptırımlarına önceden bir tokat indirilerek de engel olunabilir. Tüketicilerin haklarını aramaları konusunda destek alabilecekleri tüketici dernekleri ve profesyonel kadrolar mevcut durumdadır.* ***Tüketicilerin yalnız hareket etmelerindense bir bilene sorarak yola çıkmaları kendi haklarında daha hayırlısı olacaktır. Tüketici dernekleri adım atmanız konusunda size gerekli bilgilendirmeleri sağlayacaklardır. Ama koşturan gene tüketicilerdir. Özellikle kredi dosya masrafı iadesi gibi daha kompleks ve çalıştırma gereken konularda özel danışmanlık firmaları devreye girmektedir. Uzman kadrosu sizin aklınızdaki soruları cevaplamakla kalmayıp süreç içinde her daim yanınızda olarak sizin zaman kaybı olarak gördüğünüz her konuyla titizlikle ilgileneceklerdir. Bu hem zamandan hem de süreç düşünüldüğünde paradan tasarruf etmenizin en kestirme yoludur. Kredi dosya masrafı geri iadesini doğru bir şekilde hesaplayıp, tam ve eksiksiz bir dosya sunmak sürecin sizin lehinize sonuçlanmasını sağlayacak en büyük etkenlerden biridir. Kredi dosya masrafı gibi konularda bir uzman danışmanlığının alınmasını şart haline koyan bir diğer husus da bankaların yalnız olmamalarıdır. Bankaların kendi avukatları, hukuk danışmanları sürecin banka lehine sonuçlanması için ellerinden geleni yaparken tüketicilerin 1-0 önde******başlamalarının da pek bir ehemmiyeti kalmamaktadır. Bankanın olası tuzaklarına düşmeden, sancısız ve stressiz bir şekilde süreci yönetmenin en kestirme yolu da şüphesiz alanında uzman bir danışmanla çalışmaktır. Hakkınızın hakkıyla teslim edilmesi için bunu da değerlendirmeleriniz içine alınız.***” şeklinde ifadelere,

“Kredi Dosya Masrafı 18” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Çağımızda bilgiye ulaşmak her zamankinden çok daha kolay. Bu da ulaştığımız bilginin ne kadar doğru olabileceği hakkında bazı sorunlar ortaya koymaktadır. Bilgi kirliği de çağın dezavantajlı olduğu kısımdır. Medya ile birden gündeme düşen şeyler her kafadan bir ses çıkması sonucunda bir çıkmaza girmektedir. Bu konulardan biri de hiç kuşkusuz kredi dosya masrafı olarak bilinen bankalardan geri iadesi talep edilebilen kalemlerdir. Bu gibi ciddi hukuki deneyim gerektiren konularda konunun griftliğinden ötürü tam bir açıklama yapılamadığı durumlar oluşan bilgi kirliliği hakkını arayan tüketicilerin hezimetiyle sonuçlanabilmektedir. Bankalar kredi kullanmak isteyen müşterilerine imzaladıkları sözleşmelere dayandırılarak ekstra masraf kalemleri talep etmektedir. Bu kalemlerin bir kısmı iki tarafın da yararına olacak şekilde yapılacak olan sigortalar gibi gerekli kalemlerin kesintileri olmakla beraber bir kısmı da bankanın neden kestiğini açıklayamadığı, iyi niyet kurallarına uymayan haksız kesintilerdir. Bu durumda gazetelerde kredi dosya masrafının geri iade edebilir şeklinde yaptığı haberleri okuyan tüketici bir hışımla mahkemenin yolunu tutabilir. Bu da doğru bir şekilde hazırlanmamış bir dosyayla hakkını alamamakla beraber zaman kaybına ve aynı zamanda da mahkeme masrafı gibi giderlerle beraber oldukça yüklü para kayıplarına sebep olabilir. Bu durumda kulaktan dolma bilgilerle değil araştırması iyice yapılmış, özümsenmiş bilgilerle çıkılması en doğrusudur.* ***Hukuki bir eğitiminiz yoksa bu sizi epey zorlayacaktır. Bunun yerine alanında uzmanlaşmış kadrolardan oluşan özel danışmanlık firmalarını tercih edebilirsiniz. Danışmanlık firmalarının verdiği hizmetle kredi dosya masrafının geri iadesi sürecinin sizin yüksek menfaatinizin korunarak geçmesinin yanı sıra sizi oldukça zaman alan ve yorucu işlerden de kurtulmuş olacaksınız. Bir diğer ayrıntı da dava sizin lehinize sonuçlandığında bu süreçle ilgili cebinizden çıkan her bir kuruşla beraber danışmanınızın ücreti de bankadan tahsil edilecektir. Uzman bir kişiden alacağınız yardım bunlarla beraber aklınızdaki soru işaretlerinin çözümlenmesinde de size yardımcı olacağını göz önüne alarak süreç içerisinde sizi desteklemeyle beraber olası ters durumların da önüne geçeceğini unutmayınız.*** *Hakkınızı aramanın kutsal olduğunu ve hakkınızı ararken sorunsuz bir şekilde bu süreci atlatmanın sizin de hakkınız olduğunu hatırlayın*.” şeklinde ifadelere,

“Kredi Dosya Masrafı 19” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Bir bankanın müşteri olmak demek onların dayattıkları her maddeyi şartsız şurtsuz kabul edileceği manasına gelmiyor. Son senelere kadar bankalar kredi dosya masrafı gibi yaptıkları keyfi uygulamalarla müşterilerini oldukça zor durumlara sokmuştur. Son senelerde tüketiciler lehine verilen kararlarla ve yasa değişiklikleri ile önüne geçilmeye çalışılsa da hala bazı açık kapıların bulunduğu su götürmez bir gerçek. Bu durumda tüketicilerin daha bilinçli ve dikkatli davranmaları gerekmektedir. Aynı zamanda da konuyu kaynağından değerlendirme ihtiyacı da doğmaktadır. Alanında uzman kişilerin danışmanlığıyla yaşanan ve yaşanma ihtimali olan sorunların üstesinden kolayca gelmek mümkündür. Önemli olan sizin menfaatlerinizi kendi menfaatleri olarak görüp özveriyle çalışabilecek bir uzman bulabilmek. Yeni yasa sayesinde bankalar kendileri ile kredi başvurusu esnasında imzalanacak sözleşmeleri tüketicilere sunmak ve en az bir gün olmak üzere de inceleme fırsatı sunmak durumundadır.* ***İşte bu esnada alınacak bir uzman görüşü kredi dosya masrafı gibi keyfi bedellendirmelerin önüne geçebilmektedir. Uzman yardımıyla tüketici kendi lehine ve aleyhine olan maddeleri tüm çıplaklığıyla görür ve ona göre önlemini alır****. Bu arada sözleşmeyle ilgili soru sorduğunuzda bankanızın “Bu standart prosedür gereği yazıyor. Bağlayıcılığı yok.” yalanına da kanmayınız. Altına imzanızı atıyorsunuz ve sizin imzanız da çok değerli bunu unutmayınız. Ayrıca imzaladığınız bir sözleşmeyle ilgili yeterli bilgilendirme sunulmadığından dolayı içinizde bir şüphe taşıyorsanız da danışmanlıkla beraber eğer aleyhinize olduğunu düşündüğünüz bir madde varsa değerlendirmesini yapabilir ve gerekirse yargı yoluna başvurabilirsiniz. Haklarınızla ilgili ayrıntılı bilgi sahibi olmak için de danışmanlık hizmetinden yararlanabilirsiniz. Bankaların kredi dosya masrafı gibi keyfi uygulamalara gitmesinin en büyük sebebinin tüketicilerin haklarını tam ve açık şekilde bilmiyor olmaları göz önüne bulundurulduğunda ne kadar önemli olduğunu siz de fark edeceksinizdir. Sadece kendi hakkınızı savunmak olarak da görmeyin. Siz ve sizin gibi milyonlarca insanın hakkını talep etmiş oluyorsunuz aslında. Bu bankalar için yeri geldiğinde kanunlardan bile daha yaptırım uygulayıcı bir durum halini alır aklınızdan çıkarmayın. Hali hazırda bulunan müşterilerini kaybetmemek için kendine çekidüzen vermek durumunda kalır bu da ancak daha çok tüketicinin bilinçlenmesiyle olabilir ancak*.” şeklinde ifadelere,

“Kredi Dosya Masrafınızı Geri Almak İstiyorsunuz” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Kredi çektiniz ve kredi dosya masraflarınızı ger almak istiyorsunuz; işte yapmanız gerekenler: Birçok insanın; otomobil, konut alırken, herhangi bir ihtiyaç anında ilk akla gelen para kaynağı bankalardan alınan krediler olmaktadır. Bu kaynağın en fazla kullanıldığı ülkelerin başında da Türkiye gelmektedir. Son 10 yılda bankalardan kullanılan kredi sayısı toplamda 75 milyon adedi aşarken, kullanılan kredi miktarı toplamda 300 milyar Euro’yu bulmuştur. Kredi kullanımında tüketiciyi isyan ettiren konu ise kredi dosya masrafları olmaktadır. Birçok tüketicinin itiraz ederek iadesini talep ettiği dosya masraflarına ilişkin Yargıtay 13. Dairesi emsal niteliğinde bir karar vermiştir. Yargıtay; Tüketici Kanunu'ndaki 3 yıllık zamanaşımını değil Borçlar Kanunu'ndaki 10 yıllık genel zaman aşımı süresinin uygulanacağına karar vermiştir. Bu karardan önce sadece son 3 yıl içinde alınmış kredilerin dosya masrafları için iade talep edilebiliyordu. Yeni düzenlenen kanun neticesinde; Tüketici Kanunu'ndan kaynaklanan 3 yıllık zamanaşımı değil, bunun yerine Borçlar Kanunu'nda yer alan 10 yıllık genel zamanaşımı süresi uygulanacaktır. 10 yıl önceye kadar kullanılan kredilerin dosya masrafları tüketicilere iade edilecektir. Son 10 yılda kredi çekmiş ve doya masrafı ödemiş herkes yeni düzenlenen yasadan yararlanabilme hakkında sahiptir. Açılacak davanın tüketici lehine sonuçlanması için en önemli noktanın usulüne uygun bir dilekçe ile başvuru yapılmasıdır. Aynı zamanda delil niteliği taşıyan belgelerin de (kredi sözleşmesi, hesap dökümü vb.) eksiksiz olması gerekmektedir. Kredi sözleşmesi yoksa bankanızdan sözleşmeyi talep edebilirsiniz. Yasa gereği banka bir örneğini size zaten vermek zorundadır. Sonrasında; Kredi sözleşmenizi mutlaka okuyunuz. Sözleşmenizde bu ücretler belirtilmemiş veya belirtildiği halde sizinle müzakere edilmeden bilginiz ve onayınız olmadan tahsil edilmiş ise, Bankanın Genel Müdürlüğüne (Mail, Faks veya İadeli Taahhütlü Mektup ile) kesilen bedel/bedellerin tarafınıza ödenmesini isteyiniz. Kesilen bedel miktarı 2013 yılı için 1.191,52.-TL’nin üzerinde ise doğrudan Tüketici Mahkemesine dilekçe ile başvurunuz. Davanızı kendiniz bizzat açabileceğiniz gibi avukatınız aracılığıyla da açabilirsiniz. Avukat mecburiyeti yoktur. Açılacak olan davayı kaybetmeniz takdirinde; “mahkeme masrafları, bilirkişi ve tebligat ücretleri ile karşı tarafın 660.-TL’lik avukatlık” ücretini ödemeniz söz konusu olabilir. Kredi dosya masraflarını geri almada önemli olan; ilgili mercilere müracaat etmeden önce sözleşmenizi dikkatli olarak okumanız ve ödeme belgelerini bankanızdan en kısa sürede temin etmenizdir*.” şeklinde ifadelere,

“Kart Aidatı Vermek İstemiyorsanız Bilinçlenmek Zorundasınız” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Hepimiz, bir şekilde kredi kartı kullanmaya alıştık. Hatta bazılarımız öylesine alıştılar ki, cüzdanlarında para var mı yok mu onu bile hatırlamıyorlar. Bankaların birbiri ardına çıkarttıkları kredi kartları, alışveriş sırasında pek çok ödeme kolaylığı sağlıyor. Her bütçeye uygun limitlerle, toplumumuzda bu kartları kullanmayanlar neredeyse yok denecek kadar az. Alması son derece kolay olan bu kartların, sadece hesap özeti ödemeleri mi oluyor? Elbette ki hayır. Kartların limitine ve adına göre bankaların talep ettikleri kredi kartı aidatı adında bir kira ödemek zorundasın. Bankaların bazıları, üniversite öğrencileri için çıkardıkları kredi kartlarından bu ücreti talep etmiyor. Fakat bunun dışında her bankanın, her kart için bir de kredi kartı aidatı adı altında para talep etmeleri, ne kadar kanuna uygun ne kadar uygun değil bilmek istiyorsanız, bankalar kanunu ve tüketici hakları kanunu yeniden gözden geçirmenizde fayda var. İllâki üniversite öğrencisi mi olmak lazım bu parayı ödememek için? Elbette ki hayır, ama kanun maddelerini bilmeniz şart. Aksi takdirde, mecburiyetiniz olmadı halde size ödetilen bu paralar, bankalar tarafından talep edilmeye devam edecektir. Kart alımı sırasında imzalanan sözleşmede “Taraflardan birini tüketicinin oluşturduğu her türlü sözleşmede yer alan haksız şartlar tüketici için bağlayıcı değildir. Eğer bir sözleşme şartı önceden hazırlanmışsa ve özellikle standart sözleşmede yer alması nedeniyle tüketici içeriğine etki edememişse, o sözleşme şartının tüketiciyle müzakere edilmediği kabul edilir.” İbareleri yer alır. Bu ibareye istinaden müşterilerinden talepte bulunan bankalar ve yine bu ibareye istinaden ödeme zorunluluğu olduğunu zanneden müşterilerin nedeniyle aslında hukuksal acıdan bir boşluk dolduruluyor. Sözleşmede geçen bu ibarelerin, müşterinin aleyhine olmasına karşın aslında hiçbir geçerliliği olmadığını ise çok az insan biliyor. Bilinçli tüketicilerin ya da sonradan bilinçlenen tüketicilerin, ödemediği ya da ödese bile sonradan geri talep edip aldığı aidatların sayısı gün geçtikçe artıyor. Çünkü 5411 ve 5464 numaralı bankacılık kanununda kredi kartı aidatı ile ilgili herhangi bir ibare yer almamaktadır. Dolayısıyla bankaların sözleşmeye yazdığı kart aidatı maddesi yok hükmündedir*.” şeklinde ifadelere,

“Bırakın Sorununuzu Onlar Çözsün!” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Ana haber bültenlerini ve gazetelerin ekonomi sayfalarını sıklıkla meşgul eden kredi dosya masrafı konusu Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu(BDDK) tarafından sonunda çözüme kavuşturuldu. Alınan son karar neticesinde, bankaların tüketicilerden talep ettiği bu ücretin artık yasal bir dayanağı kalmadı ve geçmişe dönük geri ödemeler için başvurular yapılmaya başladı. Verilen karar bankaların tüketicilerden talep ettikleri bu ücretin tamamen haksız bir kazanç olduğu yönünde. Ancak ne var ki bankalar geçmişe dönük geri ödemeler konusunda halen direniyor; aleyhlerinde sonuçlanan mahkeme kararlarına da uymuyor. Alınan bu karar başta ne kadar tüketicilerin mağduriyetini giderecek gibi dursa da bankalar halen kararı uygulamaya yanaşmamakta, bu da süreci oldukça uzatmakta. Sürecin uzaması da doğrudan tüketicilerin mağduriyetlerini artırmaktadır.* ***Tüketiciler geçmişe dönük kredi dosya masrafı geri ödemelerini alabilmek için mahkeme süreçlerini de kapsayan uzunca bir mücadele vermek durumunda kalıyor. Bankaların mahkeme kararı olmasına rağmen sıkıntı yaşatıyor olması da tüketiciyi konuyla daha fazla uğraşmak istememe gibi bir tavra sürüklüyor; aynı zamanda tüketiciye bu konuda kendilerini doğru şekilde yönlendirecek birilerinin varlığını aratıyor. İşte tam burada devreye yasal.com.tr giriyor. Uzman kadrosu ile bankacılık sektöründe yaşanabilecek tüm sıkıntılarda tüketicinin yanında yer alıyor ve tüketicinin ihtiyacı olan bütün gerekli yönlendirmeleri yapıyor. Her tüketicinin kolaylıkla ulaşabileceği bir çağrı merkezine sahip olan yasal.com.tr’nin aynı zamanda oldukça ünlü şirketlerden referansları da mevcut; böylelikle tüketicilerin akıllarına gelebilecek muhtemel soru işaretlerini de baştan yok ediyor. Tüketiciye on yıl öncesine kadar olan kredi dosya masraflarını geri alma konusunda danışmanlık sağlaması dışında farklı alanlarda da danışmanlık hizmetleri sunuyor. Bankalar tarafından kredi dosya masrafı mağduriyeti yaşatılan tüm tüketicilere bir telefon kadar uzakta olan yasal.com.tr, oldukça kullanışlı bir ara yüzle hizmet veren siteleri sayesinde de mağdur tüketicileri başka bir sıkıntıyla da karşılaştırmıyor. Bu zorlu süreçte alanlarında uzman kadrosu ile her tüketicinin ihtiyaç duyduğu danışmanlık hizmetini veren yasal.com.tr, ‘Sorunlarınız artık sorun değil…’ sloganıyla çalışıyor ve bu sorununuzu da sloganlarında söyledikleri gibi sorun olmaktan çıkartıyor.*”** şeklinde ifadelere,

“Bankalar ve Aidat Politikaları” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Genelde kart satışı esnasında bankacılar bir melek edasında hiçbir şekilde ek ücret ödemeyeceksiniz imajına girseler de zaman geçtikçe ve 1 sene bittikten sonra kredi kartı aidatı isimli bir borç koyarlar ve bunu o kadar masum bir şekilde gösterirler ki kimi müşteriler bunu bir değişmeyen bir zorunluluk olarak görüyor. Medya da en çok yankılanan haksız yere alınan aidat olarak bu gösterildi ve çoğu yerde eğer böyle bir durumla karşılaşılırsa insanların kendilerini nasıl savunacakları anlatıldı peki kaçımız bunları detaylıca biliyoruz? Bankacılar eğer aylık bu kadar harcama yaparsanız size şu imkanları sunarız ve kesinti yapmayız derken aslında sizi daha çok borca sokmak ve ödeyemediğiniz taktirde daha çok faiz altına girmenizi sağlayacaktır o yüzden bu tür oyunlara gelmeyin.1 Ayda isterseniz hiç harcama yapmayın sizin o kredi kartı aidatı denilen yasal olmayan bir kesintiyi ödeme gibi bir zorunluluğunuz yok hele ki bu zorunluluk olmayan şeyin ödenmediği taktirde faizlenmesi ve daha çok ödenmeyecek bir rakama ulaşması daha da hakkınızı çabuk almanıza bile yol açabilir. Bankalarda kredi kartınız zamanında gelmediğinde veya kartta işlem esnasında bir sıkıntı olduğunda şikayet edeceğiniz yerler olduğu gibi bu tür yasal olmayan aidatlarda da her zaman müşterinin yanında olan yerler vardır. Bankalar eskisi gibi ciro yapmadığı için ve eski köklü bankacılık anlayışını günden güne kaybettiğimiz için artık hesap çekim işlerinde veya bu tür kart alım işlerinde acaba insanları nasıl borçlu hale getiririz düşüncesi onlar da başladı ve bu sonuçlara geldi. Düşünsenize kendi ihtiyaçlarınız için bir bankanın kartını kullanıp zaten her kart çekiminizde onlara para kazandırıyorsunuz ve bu kazanım sonucu üzerine onlara bu tür bir ödeme yapma zorunluğu doğuyor. Kısaca bankaların bu politikalarına evet demeyelim ve kredi kartı aidatı konusunda ki bilgilerimizi herkes ile paylaşmaktan çekinmeyelim. Çünkü insanların bazıları yapılan her işlemin doğru olduğu düşüncesine kapılarak hiçbir şekilde araştırma yapma gereği duymuyor fakat bu en çok bankaların işine yarıyor ve kötü sonuçlar doğurabiliyor*.” şeklinde ifadelere,

“Kredi Kartı Aidatı Geri Alma Aşamaları” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Bankaların müşteriye yaptığı en bilinen oyunlarından biri kredi kartı aidatı olayıdır. Defalarca haberlerde ve gazetelerce çıkmasına rağmen birçok ilgili açıklamalar ve hukuksal kararlar çıkmasına rağmen ne bankalar vazgeçti ne de müşteriler. Bu iki taraflı bir çekişme haline girmiş olsa da çoğu zaman bilinçli müşteriler kazandı ve bilinçsiz müşteriler ordusu sayesinde bankalar zengin oldu. Bu bilinçsizlik yüzünden bu uygulama bankalar tarafından ısrarla devam ettiriliyor ve anlık kararlar dışında bir şey değişmiyor. Çünkü bankaların kazanma hırsı günden güne artıyor bunun nedenleri arasında eski kazançları artık yok ve faiz oranları gün geçtikçe bankaların aleyhine olmaya başlıyor. Bu etkenler de onları ne yapsam da müşterilerden nedensiz para alsam düşüncesine yöneltiyor. Bu oyunun bir parçası olmak istemiyorsanız şimdi bize iyi kulak verin. Bankadan kart alırken size verilen sözleri hatırlayın iki şekilde kandırılmış olma ihtimaliniz var birincisi kesinlikle bir kart ücreti olmadığını söylemişlerdir veya herhangi bir az limitin üstüne çıkarsanız zaten olmayacağını demişlerdir ve bu sözlerden sonra gönül rahatlığıyla kartınızı almışsınızdır. Kullandıktan en fazla 1 sene sonra kredi kartı aidatı diye bir gerçek ile karşılaşabilir kendinizi kandırılmış hissedebilirsiniz. Bu aşamada hangi tür müşteri olursunuz bilemeyiz ama eğer bilinçli müşteri olma yolunda ilerleyeceksiniz ilk önce bankanın müşteri temsilcisini arayarak bu konu hakkında ki bilgilerinizi paylaşarak onlardan yardım isteyebilirsiniz eğer olumlu bir yanıt alamadıysanız. İkinci yol olarak internetten ilgili sitelere olayı bankanın adını ve kendi isminizi verebilir ve şikayetinizi dile getirebilirsiniz. Belli bir süre geçtikten sonra hala size paranız geri ödenmediyse bankanın genel müdürlüğüne ve ilgili makamlara dilekçe yazıp elden teslim etmelisiniz ve bu dilekçenin kime ulaşıp kimin onayından geçeceğini takip etmeniz çok önemli. Araştırmalara göre bu aşamadan sonra bankadan parasını alamayan insan sayısı çok az çünkü hukuksal olarak zaten bu yasal olmayan bir süreç ve her şekilde hukuk ve belli başlı kanunlar müşteriden yana. Kısaca banka bir müşterisini daha kaybetmiş ve hukuksal olarak da başarısız olmuş bulunmaktadır. Ama yine de başka müşterilerine bu süreci uygulamaya devam edecektir. Kredi kartı aidatı hukuksal olarak müşterilerin destekçisi olduğu için bankaların her yap dediğine evet demek zorunda olmayan müşterilerden olabilirsiniz. Ben uğraşamam diyen müşterilerden olmak yerine hakkımı savunurum diyen müşteriler artarsa bankaların belki de müşterilere bakışı eskisi gibi güzel olabilir*.” şeklinde ifadelere,

“Dosya Masrafı Mağduriyeti” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Son günlerde ülkemizde bankalar, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu ve tüketiciler arasında ciddi çekişmelere neden olan dosya masrafı, tam adıyla haberleşme ve istihbarat komisyonu, bankaların kredi almak isteyen müşterilerinden kredi miktarına göre talep ettikleri ekstra ücret olarak tanımlanabilir. Tüketici ile bankaları karşı karşıya getiren bu masraf, bankalar tarafından müşterilere verilen kredi için açılış ücreti olarak anlatılmakla birlikte aynı zamanda mali analiz ücreti olarak da açıklanabilir. Kredi dosya masrafı konusunun son günlerde gündemi bu denli meşgul etmesinin ardındaki sebep ise alınan bu masrafın bankalarca haksız kazanç elde etmeye yönelik olmasıdır. Banka kredisi kullanmak basitçe bankanın kendi parasını bir süreliğine bir başkasına kiraya vermesi olarak açıklanabilir. Bu süreç boyunca da banka zaten kullandırttığı kredinin karşılığını almaktadır. Ödenen faiz miktarı ile bankalar ciddi anlamda kâra geçmektedir. Bankacılıkta olması gereken budur elbette ancak bu yetmezmiş gibi bir de üzerine kredi dosya masrafı, hesap işletim ücreti gibi ekstra masraflar çıkarılmakta ve böylece elde edilen kâr miktarı artırılmaktadır. İşin haksız kazanç kısmı da burada başlamaktadır. Teknolojinin hayatımızın her alanını kapladığı bu günlerde kredi talep eden müşteri hakkında gerekli bilgileri toplamak, bunları bir araya getirip bir dosya hazırlamak; verilecek miktar karşılığında ödenecek tutarı hesaplamak, ödeme planı çıkartmak tarzında kredi sürecinde banka tarafından gerçekleştirilen her eylem bilgisayarlar vasıtasıyla yapılmaktadır ve bu sayede zaman da dahil olmak üzere bir çok alandan tasarruf sağlanmaktadır. Bu sebepledir ki bankaların kredi dosya masrafı adı altında tüketiciden talep ettikleri ücretin tutar bir yanı bulunmamaktadır. Tüketici Koruma Dernekleri vasıtasıyla bu ücretlerin geri ödenmesi için bankalara açılan davalar birer birer sonuçlanmakta ve bankalar tüketicilere geri ödeme yapmaya başlamaktadırlar. Ödememekte direnen bankalar ise daha üst mahkemelere başvuruyorlar ancak mahkemeler aynı kararı veriyor. Sonuç olarak tüketiciden dosya masrafı adı altında alınan bu ücretlerin tüketiciyi mağdur ettiği ve bankaların bu şekilde haksız kazanç elde ettikleri mahkeme kararlarıyla onaylanmıştır. Bu kararlar da gelecekteki işlemlere örnek teşkil eder konuma gelmiştir*.” şeklinde ifadelere,

“Yasal Olmayan Aidat” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Ev için aidat verilir, veya okulda öğrenciler için verileni hep duyduk bildik ama hiçbir zaman harcanan para ile alınan bir şey için ve üzerine faiz gibi bir etkenin girdiği bir hususta yine aidat ödendiğini duymamıştık. Bunu deyince çoğu insanın aklına gelen ilk meslek kesinlikle bankacılık olmuştur. Sürekli dışarda kart satan insanlar, telefonla arayan bir şeyler anlatmaya çalışan insanlar, sayısız reklam, sayısız faiz koşulları aynı bankanın bir sürü imkan sağlayan olarak gösterilen kart seçenekleri ve bitmek bilmeyen sözler. Çok uzağa gitmeyelim bu sözlerde en basiti bir kart aldırmaya çalıştıklarında aidat ödemeyeceksiniz direk kartınızı açıp bir daha sizden ek kullanım ücreti almayacağız derler ama çok kısa zaman sonra kredi kartı aidatı denilen ve herkesin maalesef bu konuda haksızlığa uğradığı gerçekle karşılaşabilirsiniz. Bankalar saf insanları ne kadar kandırsak kardır diye düşünürken siz sorgulamayı asla ve asla bırakan kesimden olmamalısınız bu ödeme yasal olmayan bir ödemedir ve insanların bunu bilmeden evet nasıl olsa ben bu kartı kullanıyorum bunun da bir bedeli var düşüncesine girmemesi gerekmektedir. Size satılan kartın hiçbir zaman aidatının olmayacağının söylenip bunu tutmayan bir banka ise bu kurumun kesinlikle isminin belirtilmesi ve ilgili yerlere duyulması gerekmektedir. Lütfen unutmayalım çoğu kurum bu tür hatalar yüzünden müşteri güvenini kaybetme noktasına gelmiş ve hatta zarar aşamasına bile gelmiştir. Geçmişte ki bu korku bankaları da diğer sektörler gibi korkutmuş ve herhangi kişisel gelen bir uyarıda o kişinin parasını hemen geri ödedikleri görülmüştür böylece müşteri şikayetinden geri dönmüş ve kurumun adı zarara uğramamış olur. Ama bunu nasıl olsa her müşteri fark etmez düşüncesiyle deneme yanılma süreçlerini vazgeçmeden devam ettirmeyi bir şirket azmi olarak görmeye başladılar. Kredi kartı aidatı insanların ödemesi gereken bir şey olmadığını herkesin bilmesi ve bilgilendirilmesi gerekmektedir. Bankaların yasal olmayan aidatlarını ödememek için destek veren siteleri takip edelim insanlar nasıl, ne şekilde başvurabilir orada her şey açık ve net yazıyor yeter ki haksızlığın arkasında durmak yerine sesini çıkarabilen insanlar olalım. Ve unutmayalım kredi kartı aidatı yasal değildir ve bankaların müşterilerinden daha çok kazanım sağlamaya çalışma biçimidir*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla; 0850 433 78 78 ve 0212 278 88 88 numaralı telefon hatlarının aranması halinde bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı ve tüketici kredileri üzerinden alınan dosya masrafları gibi masrafların geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmetinin sunulduğunun belirtildiği;

Tüketici hakem heyeti ile tüketici mahkemelerine başvuru şekli, usulü ve süresi 6502 sayılı Kanun’da düzenlenmiş olmasına rağmen, inceleme konusu reklamlar içerisinde yer verilen ifadeler ile tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin bu yönde istismar edildiği ve anılan firmaya yönlendirme yapıldığı;

İnceleme konusu tanıtımlarda yer verilen ifadeler ile münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tüketici kredilerinden alınan dosya masrafları ve diğer masrafların geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğu algısının yaratıldığı;

Söz konusu yasal süreçlerin bir an için anılan firma bünyesinde faaliyette bulunan avukatlar aracılığı ile gerçekleştirildiği düşünülse dahi avukatların reklam yapmalarının her halükarda yasak olması nedeniyle tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği ve diğer benzer meslek sahipleri açısından haksız rekabete yol açıldığı;

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

Sonuç olarak yukarıda bahsi geçen hiçbir iddianın hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- 10/1/2015 tarihli ve 29232 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin7, 9, 28 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 13”,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **Yasal Takip Çağrı Merkezi Eğitim Danışmanlık Teknoloji Ürünleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.