**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  12 Ocak 2016

**Toplantı Sayısı :** 244

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/929**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“En Hızlı 3G Mobil İnternet için Siz de Vodafone’a Gelin"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2015-30.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Vodafone Telekomünikasyon A.Ş. tarafından 19.06.2015-30.07.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamların ana vaadinde; “*Nasıl Vodafone’lu oldu? Yavaş internet başınıza iş açıyorsa çözüm telefonla değil Vodafone’la. En hızlı mobil internetin Vodafone’da olduğu bağımsız kuruluşça test edildi, onaylandı. İstanbul, Ankara ve İzmir’de yapılan testlere göre veri indirme ve yükleme hızı”* ifadelerine, altyazıda *“Mobil internet hızı, kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza ve bağlanılan siteye göre değişebilir. Test, bağımsız test kuruluşunca, BTK metadolojisine uygun olarak İstanbul, Ankara, İzmir’de veri indirme ve yükleme hızına göre yapılmıştır. Bilgi: vodafone.com.tr”* ifadelerine ve muhtelif radyo kanallarında yayınlanan reklamlarda, *“İstanbul’da aboneleri tarafından en çok tavsiye edilen operatör Vodafone. Çünkü İstanbul’da en hızlı mobil internet Vodafone’da. Siz de Vodafone’a gelin süper hızlı internet deneyimini yaşayın. Vodafone’da kolayı var”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“En Hızlı 3G Mobil İnternet için Siz de Vodafone’a Gelin"**başlıklı reklamların ana vaadinde; ***“Nasıl Vodafone’lu oldu? Yavaş internet başınıza iş açıyorsa çözüm telefonla değil Vodafone’la. En hızlı mobil internetin Vodafone’da olduğu bağımsız kuruluşça test edildi onaylandı.”*** ifadelerine yer verilerek Türkiye genelinde en hızlı mobil internet hizmetinin firma tarafından sunulduğu izlenimi oluşturulmasına rağmen, durağan yazıda yer alan ***“İstanbul, Ankara ve İzmir’de yapılan testlere göre veri indirme ve yükleme hızı”*** ifadeleri ile hız ölçümlerine ilişkin testlerin yalnızca İstanbul, Ankara ve İzmir’de gerçekleştirildiğinin belirtildiği, bu durumun da ana vaat ile istisna arasında uyumsuzluğa yol açtığı ve ana vaadin gerçeği yansıtmadığı,

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

**-** Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5 inci, 7 inci, 18 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2015/1324**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Avea Prime Yaz Fırsatları"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2015-31.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler:** Avea İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından 05.08.2015-31.08.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamların ana vaadinde; ***“Şimdi Avea Prime’a gelenler sayısız ayrıcalıkla tanışıyor, yazın tadını doyasıya çıkarıyor. 5000’e yakın noktada ücretsiz wi-fi keyfi. Araç kiralamada %40 indirim. Tatil yerlerinde indirim ve ikramlar… Ve daha birçok ayrıcalık bu yaz Avea Prime’da sizi bekliyor. Üstelik şimdi Avea Prime’a gelenlere tüm bu ayrıcalıklar ve saatlerce süren ücretsiz wi-fi keyfi ile birlikte 6GB cepten internet ve her yöne 1500 dk 49 TL”*** ifadelerine, durağan yazıda ***“5000’e yakın noktada ücretsiz WiFi (…) Araç kiralamada %40 indirim. Yurtiçinde geçerli (…) Yazlık mekanlarda indirim ve ikramlar (…) Havalimanı transferi (…) Havalimanı lounge (…) Yazlık transfer hizmeti (…) Prime Özel Hizmet Ekibi (…) Ücretsiz TTNET WiFi. 12 ay boyunca TTNET’ten 1800 dk WiFi (…) Yeni gelene 12 ay taahhütle”*** ifadelerine ve alt yazıda *“31.10.2015 tarihine kadar Prime Klasik tarifesi – yaz kampanyasına gelen müşterilerimiz faydalanır. Araç kiralama hizmeti Avis’ten sağlanmaktadır. Ücretsiz havalimanı transferi İstanbul ilinde ayda 3 adet (Havataş) için geçerlidir. Lounge hizmeti TTNET Platin Lounge’da geçerlidir. İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Çeşme, Foça, Bodrum, Dalaman ve Kaş’ta hizmet veren Prime Özel Hizmet Ekibi’ne 758 numarasından ulaşılabilir. WiFi dakikalar TTNET noktalarında geçerlidir. www.aveaprime.com.tr”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu televizyon reklamlarının ana vaadinde yer alan ifadelerin altyazıda yer alan bilgilerle uyumsuzluk oluşturmadığı, tanıtımı yapılan Prime Yaz Tarifesine ilişkin gerekli bilgilendirmenin televizyon reklamında yapıldığı ve daha ayrıntılı bilgilere ilişkin olarak firmaya ait internet sitesine yönlendirme yapıldığı, dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2015/1410**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Gençturkcell – Değiştir Hocam”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2015-23.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. tarafından 09.10.2015-23.10.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamların ana vaadinde ***“Telefon çekmiyor. Beni değiştirin Hocam (…) Telefonun çekmiyorsa Gençturkcell’e gel. Bu çocuk burada durmaz, uçar dedim ben” “2 GB’ı geceleri olmak üzere, toplam 4 GB, 500 dakika, 1000 SMS. Kısa süreliğine 25 TL. Ve imzalar atıldı. Yeni takımlarında tüm oyuncuları müthiş bir sezon bekliyor”*** ifadelerine, durağan yazıda “ ***“Telefonun değil sen çekiyorsan. İnternet ararken kendini kaybediyorsan. Video yerine gözlerin doluyorsa… Değiştir Hocam (…) “Gnçtrkcll’e gelenlere”*** ifadelerine ve altyazıda *“Kampanya 7.10-9.11.2015 arasında en fazla 90 gündür Hazır Kart Süper Tarife’de olan ve 9.11.2015’e kadar 2222’ye ücretsiz SMS gönderen 25 yaş altı aboneler katılabilir. Geceleri 2 GB, 31.01.2016’ya kadar paket kapsamında aylık bir kez 00:00-06:00 arasındaki kullanımlarda geçerlidir. Kampanya kapsamında tüm vergiler dahil 25 TL’ye 30 gün yurtiçinde her yöne geçerli 500 dk./1000 sms/4 GB (2 GB geceleri) internet sunulmaktadır. Ücretlendirme periyodu ses için 1 dk, data için 100 KB’dır. Aşım ücreti ses için abonenin tarifesinden, data için 2 krş/100 KB’dir. Detaylar www.turkcell.com.tr”* ifadelerine firmaya aşt www.turkcell.com.tr adresli internet sitesinin **“Gnctrkcll Gece İnternet Kampanyası”** başlıklı kısmında *“Kampanyaya dahil olan internet paketleri için üst hız limiti 7.2 Mbps, önceliklendirme seviyesi 2. öncelikte olacaktır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu televizyon reklamlarının ana vaadinde yer alan ifadeler ile diğer GSM operatörlerinin sunduğu mobil internet hizmetinin kötülenmediği, reklamda tanıtımı yapılan kampanya kapsamında sunulan 4 GB internetin 2 GB’ının geceleri kullanılabileceği hususuna reklamın ana vaadinde ve durağan yazıda yer verilmesinin ana vaat ile istisna arasında uyumsuzluğa yol açmadığı ve reklamlarda tanıtımı yapılan kampanyaya ilişkin önemli bilgilere yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**4)**

**Dosya No: 2014/967**

**Şikayet Edilen: Zeki Gündüz İlaç Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gunduzkrem.com adresli internet sitesinin 30.04.2015 tarihli görünümünde yer alan *“Gündüz Krem”* isimli kozmetik ürünün satışına yönelik yapılan tanıtımlarda; *“Kullanım ve Faydaları”* linki altında *“Gündüz Krem, çil, kırışıklık, sivilce, yaşlılık lekeleri, güneş lekesi, kuru ve yağlı ciltler, kızarıklar, göz altı torbaları, siyah noktalar, epilasyon lekeleri, hamilelik ve doğum lekeleri gibi cilt sorunlarının giderilmesine yardımcı olur.”* ve *“Neye İyi Gelir”* linki altında “*Güneş lekeleri, sivilce lekeleri, yaşlılık lekeleri, doğum lekeleri, doğum çatlakları, çiller, yüzeysel benler, kırışıklıklar, göz altı torbaları, sarkmalar, epilasyon ve ağda sonrası oluşan lekeler, siyah noktalara iyi geldiği”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.gunduzkrem.com** adresli internet sitesinin **30.04.2015** tarihli görünümünde yer alan ***“Gündüz Krem”*** isimli kozmetik ürünün satışına yönelik yapılan tanıtımlarda; ***“Kullanım ve Faydaları”*** linki altında *“****Gündüz Krem, çil, kırışıklık, sivilce, yaşlılık lekeleri, güneş lekesi, kuru ve yağlı ciltler, kızarıklar, göz altı torbaları, siyah noktalar, epilasyon lekeleri, hamilelik ve doğum lekeleri gibi cilt sorunlarının giderilmesine yardımcı olur.”*** ve ***“Neye İyi Gelir”*** linki altında **“*Güneş lekeleri, sivilce lekeleri, yaşlılık lekeleri, doğum lekeleri, doğum çatlakları, çiller, yüzeysel benler, kırışıklıklar, göz altı torbaları, sarkmalar, epilasyon ve ağda sonrası oluşan lekeler, siyah noktalara iyi geldiği”*** ifadelerine yer verildiği,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve **etkileri geçici olan** ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan kozmetik ürününe ilişkin olarak güneş lekesi ve sivilce gibi cilt sorunlarının giderileceği yönünde ifadelere yer verilmesinin **ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer alan **“*İlaç ve lazerle yapılan uygulamalarda olduğu gibi derinizi incelterek cildinizi savunmasız bir halde bırakmaz ve sürekli yeni deri oluşumunu sağlamaya yardımcı olur. Böylece cildin birkaç katmanı değil, tamamının yenilenmesini ve yepyeni bir cilde sahip olmanıza yardımcı olur. İçerisinde kortizon ve asit gibi zararlı hiçbir madde içermeyen Gündüz Krem, diğer kremlerde ve uygulamalarda olduğu gibi cildinizin savunma kalkanlarını*** ***yok etmez, cildinizi dış etkilere karşı savunmasız bırakıp daha fazla lekelenmeye neden olmaz”*** iddiaların ispatına yönelik olarak **bağımsız akredite laboratuvarlardan veya üniversitelerin ilgili bölümlerinden alınmış raporların sunulmamış olduğu,**

Açıklanan nedenlerle inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 inci, 7 inci, 26 ncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Zeki Gündüz İlaç 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.

**5)**

**Dosya No: 2014/1882**

**Şikayet Edilen: Özkan GENÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.askparfumu.com](http://www.askparfumu.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Fero Love”*** isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Fero Love” isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak www.askparfumu.com adresli internet sitesinin 03.07.2015 tarihli görüntülerinde; *“Feromon etkili aşk kokusu… Ferolove Etkileri Nelerdir? Ferolove aşk parfümü, içerdiği çok özel bileşenler sayesinde dikkatleri üzerine çeker, bayanlar bu kokuya asla kayıtsız kalamaz, unutma, koku aşkın ta kendisidir! Bu parfüm bildiğin bütün parfümlerden daha farklı, baştan çıkartıcı özel kokusu sayesinde hormon seviyesini yükseltir, bilinç altındaki tutkuyu tetikler, karşı cinsin cinsel arzusunu arttırır. Karşı cinsin seninle olan göz kontağını ve diyalog kurma isteğini arttırır, kendine daha çok güvenmeni sağlar, koklayanlardaki hormon artışları sayesinde hafızasında kalıcı bir yer edinirsin. Maça 1-0 önde başlamanın tadını çıkart. LP7 Ne işe yarar, nasıl çalışır? İşte tam bu noktada zaten karşı cinsi etkilemenin olmazsa olmazlarından olan "koku" nun yanına güçlü bir silah ekliyoruz. Kimyasal dilinize güç katacak olan bu formül, uzun süren çabalar sonucu oluşturulmuştur.*

 *Hoşlandığınız kadın karşısında rakiplerinize göre size haksız rekabet sağlayacak olan Ferolove -LP7-, formülünde AndrosteNONE, AndrosteNOL, AndrosteRONE, AndrostaDIENONE, Estratetraenol ve AndrostaDIENOL'un gücünü kullanır…
Koku dilinin cümleleri Ferolove, kelimeleri ise bu maddeleri ve karşı koyulamaz güzellikte ve kalıcılıktaki kokusudur. Boynunuza, kulak arkanıza veya bileğinize konan ferolove tanecikleri, kısa süre içerisinde koklayan kişinin sinirleri aracılığıyla beyindeki "limbic region" denen duygu yönetim merkezine ulaşır. Bu sırada aşkın cümlelerini karşınızdaki bayanın kulağına fısıldamışsınızdır bile. Ferolove'ın yaptığı bu asist sonrası topu boş kaleye göndermek tamamen sizin elinizde. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Fero Love”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin olarak [www.askparfumu.com](http://www.askparfumu.com) adresli internet sitesinin 03.07.2015 tarihli görüntülerinde; *“Feromon etkili aşk kokusu… Ferolove Etkileri Nelerdir? Ferolove aşk parfümü, içerdiği çok özel bileşenler sayesinde dikkatleri üzerine çeker, bayanlar bu kokuya asla kayıtsız kalamaz, unutma, koku aşkın ta kendisidir! Bu parfüm bildiğin bütün parfümlerden daha farklı, baştan çıkartıcı özel kokusu sayesinde hormon seviyesini yükseltir, bilinç altındaki tutkuyu tetikler, karşı cinsin cinsel arzusunu arttırır. Karşı cinsin seninle olan göz kontağını ve diyalog kurma isteğini arttırır, kendine daha çok güvenmeni sağlar, koklayanlardaki hormon artışları sayesinde hafızasında kalıcı bir yer edinirsin. Maça 1-0 önde başlamanın tadını çıkart. LP7 Ne işe yarar, nasıl çalışır? İşte tam bu noktada zaten karşı cinsi etkilemenin olmazsa olmazlarından olan "koku" nun yanına güçlü bir silah ekliyoruz. Kimyasal dilinize güç katacak olan bu formül, uzun süren çabalar sonucu oluşturulmuştur.
Hoşlandığınız kadın karşısında rakiplerinize göre size haksız rekabet sağlayacak olan Ferolove -LP7-, formülünde AndrosteNONE, AndrosteNOL, AndrosteRONE, AndrostaDIENONE, Estratetraenol ve AndrostaDIENOL'un gücünü kullanır…
Koku dilinin cümleleri Ferolove, kelimeleri ise bu maddeleri ve karşı koyulamaz güzellikte ve kalıcılıktaki kokusudur. Boynunuza, kulak arkanıza veya bileğinize konan ferolove tanecikleri, kısa süre içerisinde koklayan kişinin sinirleri aracılığıyla beyindeki "limbic region" denen duygu yönetim merkezine ulaşır. Bu sırada aşkın cümlelerini karşınızdaki bayanın kulağına fısıldamışsınızdır bile. Ferolove'ın yaptığı bu asist sonrası topu boş kaleye göndermek tamamen sizin elinizde. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda; “*baştan çıkartıcı özel kokusu sayesinde hormon seviyesini yükseltir, bilinç altındaki tutkuyu tetikler, karşı cinsin cinsel arzusunu arttırır. Karşı cinsin seninle olan göz kontağını ve diyalog kurma isteğini arttırır, kendine daha çok güvenmeni sağlar, koklayanlardaki hormon artışları sayesinde hafızasında kalıcı bir yer edinirsin.*” şeklinde ifadelere yer verilmesinin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Açıklanan nedenlerle inceleme konusu tanıtımların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 inci, 7 inci, 26 ncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**6)**

**Dosya No: 2015/1466**

**Şikayet Edilen: A.S. Watsons Güzellik Ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.watsons.com.tr](http://www.watsons.com.tr) adresli internet sitesinde*“Watsons Türkiye*, 50'den fazla şehirde *180'in üzerinde mağaza sayısı ile Türkiye'nin önde gelen güzellik ve bakım ürünleri zincirlerinden biridir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** A.S. Watsons Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.’ye ait [www.watsons.com.tr](http://www.watsons.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan *“Watsons Türkiye, 50'den fazla şehirde 180'in üzerinde mağaza sayısı ile Türkiye'nin önde gelen güzellik ve bakım ürünleri zincirlerinden biridir”* ifadelerinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olmadığı kanaatine varıldığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2015/742**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Kerastase Densifique Serisi”*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2015, Mart 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, dergi

**Tespitler:** [www.kerastase.com.tr](http://www.kerastase.com.tr) adresli internet sitesinin 26.05.2015 tarihli görünümünde ve muhtelif dergilerin Mart 2015 sayılarında yayınlanan **“Kerastase Densifique”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%5-Stemaxydine: cm2’ye düşen saç miktarında önemli miktarda artış.\*, -B3, B5 VE B6 vitaminleri: Doğal saç büyümesine yardımcı olur. -Yapılandırıcı Polimerler: Saç tellerinin hacmini artırır.\*\* Kişisel Değerlendirme:122 kadın-30 gün boyunca günlük uygulama. \*\* Stemoxydine etkisi 3 ay boyunca her gün 101 kişi üzerinde plaseboya oranla test edildi. Yoğunluk kaybı yaşayan saçlar için bakım: ilk defa\* yeni saç telleri açığa çıkıyor ve saç yoğunluğu artıyor.\*Kerastase’tan.”,* “*3 ayda 1700 yeni saç teli 3 ayda 1700 yeni saç teli\*\*. Stemoxydine etkinliği 3 ay boyunca 101 kişi üzerinde Plasebo etkisine karşı test edildi.”, “DENSIFIQUE AKTİVATÖR - Saç yoğunluğunu ortaya çıkarmak için yaratılan ilk profesyonel saç bakım ürünüdür. Anında: saç telleri yapılandırılır.*

*10 günlük sonra: daha hacimli saçlar.\**

*30 günlük sonra: daha yoğun saçlar.\**

*3 ay sonra: ortalama 1700 yeni saç teli”, Danışman Önerileri - Eric PFALZGRAF(COIFF1RST Kurucusu): Konu saç olduğunda her kadının bir ideali vardır: İpek gibi yumuşak, parlak, gür ve kalın telli saçlar. Eğer saç yenilenmesi gözle görülür şekilde sağlıklı gerçekleşiyorsa, bu elbette mümkün. Densifique saç köklerini hedef alarak saç yoğunluğu üzerinde etki eder. Bu formülün kusursuzluğunu bir yandan santimetre karede saç miktarını artıran Stemoxydine molekülüne, diğer yandan saçı saran ve yapılandıran polimerler ve vitamin bileşenlerine dayanır. Saç yoğunluğunu artırmak için Densifique kullanımını tavsiye ediyorum.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.’ye ait [www.kerastase.com.tr](http://www.kerastase.com.tr) adresli internet sitesinde ve muhtelif dergilerde yayınlanan **“Kerastase Densifique”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%5-Stemaxydine: cm2’ye düşen saç miktarında önemli miktarda artış.\*, -B3, B5 VE B6 vitaminleri: Doğal saç büyümesine yardımcı olur. -Yapılandırıcı Polimerler: Saç tellerinin hacmini artırır.\*\* Kişisel Değerlendirme:122 kadın-30 gün boyunca günlük uygulama. \*\* Stemoxydine etkisi 3 ay boyunca her gün 101 kişi üzerinde plaseboya oranla test edildi. Yoğunluk kaybı yaşayan saçlar için bakım: ilk defa\* yeni saç telleri açığa çıkıyor ve saç yoğunluğu artıyor.\*Kerastase’tan.”,* “*3 ayda 1700 yeni saç teli”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, [www.kerastase.com.tr](http://www.kerastase.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “*3 ayda 1700 yeni saç teli\*\*. Stemoxydine etkinliği 3 ay boyunca 101 kişi üzerinde Plasebo etkisine karşı test edildi.”, “DENSIFIQUE AKTİVATÖR - Saç yoğunluğunu ortaya çıkarmak için yaratılan ilk profesyonel saç bakım ürünüdür. Anında: saç telleri yapılandırılır.*

*10 günlük sonra: daha hacimli saçlar.\**

*30 günlük sonra: daha yoğun saçlar.\**

*3 ay sonra: ortalama 1700 yeni saç teli”, Danışman Önerileri - Eric PFALZGRAF(COIFF1RST Kurucusu): Konu saç olduğunda her kadının bir ideali vardır: İpek gibi yumuşak, parlak, gür ve kalın telli saçlar. Eğer saç yenilenmesi gözle görülür şekilde sağlıklı gerçekleşiyorsa, bu elbette mümkün. Densifique saç köklerini hedef alarak saç yoğunluğu üzerinde etki eder. Bu formülün kusursuzluğunu bir yandan santimetre karede saç miktarını artıran Stemoxydine molekülüne, diğer yandan saçı saran ve yapılandıran polimerler ve vitamin bileşenlerine dayanır. Saç yoğunluğunu artırmak için Densifique kullanımını tavsiye ediyorum”* ifadelerinin doğruluğunun ispatlanamadığı,

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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **110.110-TL (Yüzonbinyüzon Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2015/1054**

**Şikayet Edilen: Mylife Su Teknolojileri San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** en.arsemiacosmetics.comadresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** en.arsemiacosmetics.comadresli internet sitesinin 27.07.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Arsemia Sedef Rahatlatan Krem”** ve **“Arsemia Mantar Rahatlatan Krem”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Ürün, değişik bitki özleri ve özel bir spa suyu kullanılarak hazırlanmış, yan etkisi olmayan, doğal niteliklidir. Krem özellikle yatmadan önce veya banyodan hemen sonra uygulanmalıdır. Uygulayıcı istediği zaman uygulamayı kesebilir. Bu krem bir ilaç değil, ilaç yerine kullanılmamalıdır. Herhangi bir steroid veya sentetik parfüm içermemektedir*” ifadeleri ile **“Arsemia Rahatlatıcı Jel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tamamen doğal içerikli olan Arsemia rahatlatıcı jel, hassas bölgeye ovalayarak günde bir iki defa uygulanır. Önce bir soğukluk daha sonrada bir sıcaklık hissedilecektir. Yanma hissi ciltten cilde değişebilir. Herhangi bir kızarıklığa neden olmaz. Hassasiyet giderilinceye kadar uygulamaya devam edilir. Uygulama alanları: migren, deri sertleşmesi, gerilme, burkulma, kas krampları, kas hassasiyetleri, kol, bel ve bacak  hassasiyetleri, zona, ödem, stres  hassasiyetleri”* ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde**“Anti Aging Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Arsemia Anti Aging Krem/Yaşlılık Geciktirici Krem Olgun yaş bayanlar için üretilen Anti Aging Krem, kuşburnu yağı, üzüm çekirdeği yağı, jojoba yağı ve shea yağı ile yaşlılık geciktirici ajanının özel bileşimiyle hazırlanan doğal içeriği yoğun, vitamin destekli bir kremdir. Krem, derinin nem dengesini korur ve cildi besler”*, **“Anti Wrinkle Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Balsamina Anti Wrinkle Krem/Kırışık Giderici Kremi Balsamina Anti Aging kremden farklı olarak içeriğinde kırışık giderici ajanı daha etkinleştirilen nitelikli bir kremdir. Olgun yaşta tüm bayanların rahatlıkla kullanacağı bu ürün kuşburnu yağı ve diğer özel bitki ekstreleri ile desteklenmiştir”*, **“Gözaltı Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Balsamina Göz altı krem özellikle bayanların gözleri altında oluşan morluk, halka şeklindeki yapılanmaları ve yorgun görünümü onaran özellikli bir kremdir. A vitamini ve diğer onarıcı ajanlar vasıtası ile gözaltı cildin nem dengesi korunarak yaşlılık görünümünü en asgariye indirmektedir”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** en.arsemiacosmetics.comadresli internet sitesinin 27.07.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Arsemia Sedef Rahatlatan Krem”** ve **“Arsemia Mantar Rahatlatan Krem”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; “*Ürün, değişik bitki özleri ve özel bir spa suyu kullanılarak hazırlanmış, yan etkisi olmayan, doğal niteliklidir. Krem özellikle yatmadan önce veya banyodan hemen sonra uygulanmalıdır. Uygulayıcı istediği zaman uygulamayı kesebilir. Bu krem bir ilaç değil, ilaç yerine kullanılmamalıdır. Herhangi bir steroid veya sentetik parfüm içermemektedir*” ifadeleri ile **“Arsemia Rahatlatıcı Jel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Tamamen doğal içerikli olan Arsemia rahatlatıcı jel, hassas bölgeye ovalayarak günde bir iki defa uygulanır. Önce bir soğukluk daha sonrada bir sıcaklık hissedilecektir. Yanma hissi ciltten cilde değişebilir. Herhangi bir kızarıklığa neden olmaz. Hassasiyet giderilinceye kadar uygulamaya devam edilir. Uygulama alanları: migren, deri sertleşmesi, gerilme, burkulma, kas krampları, kas hassasiyetleri, kol, bel ve bacak  hassasiyetleri, zona, ödem, stres  hassasiyetleri”* 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 ürünlerin isimleri ile bu ürünlere yönelik olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde**“Anti Aging Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Arsemia Anti Aging Krem/Yaşlılık Geciktirici Krem Olgun yaş bayanlar için üretilen Anti Aging Krem, kuşburnu yağı, üzüm çekirdeği yağı, jojoba yağı ve shea yağı ile yaşlılık geciktirici ajanının özel bileşimiyle hazırlanan doğal içeriği yoğun, vitamin destekli bir kremdir. Krem, derinin nem dengesini korur ve cildi besler”*ifadelerinin, **“Anti Wrinkle Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Balsamina Anti Wrinkle Krem/Kırışık Giderici Kremi Balsamina Anti Aging kremden farklı olarak içeriğinde kırışık giderici ajanı daha etkinleştirilen nitelikli bir kremdir. Olgun yaşta tüm bayanların rahatlıkla kullanacağı bu ürün kuşburnu yağı ve diğer özel bitki ekstreleri ile desteklenmiştir”*, **“Gözaltı Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Balsamina Göz altı krem özellikle bayanların gözleri altında oluşan morluk, halka şeklindeki yapılanmaları ve yorgun görünümü onaran özellikli bir kremdir. A vitamini ve diğer onarıcı ajanlar vasıtası ile gözaltı cildin nem dengesi korunarak yaşlılık görünümünü en asgariye indirmektedir”* ifadelerininispatlanamadığı,

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 ve 7 inci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mylife Su Teknolojileri 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: 2015/1029**

**Şikayet Edilen: Berrak Tekstil ve Tuhafiye**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.berraktekstil.biz adresli internet sitesinde yer alan ***“Silver Time Gümüş Çorap”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.berraktekstil.biz adresli internet sitesinin 01.07.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Silver Time Gümüş Çorap”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Gümüş ipliği ile üretilen “Silver Time® Socks” Hamilelere Ne Şekilde Yardımcı Olur?***

*1. İnsan vücudu on binlerce sinirden oluşmaktadır ve vücut bu sinirleri acı, rahatsızlık hissi gibi elektrik sinyallerini beyine göndermek için kullanır. Yalnızca ayakların altında 7 binden fazla sinir ucu bulunmaktadır. Gümüş elementi dünyanın en elektrik iletken madeni olmakla birlikte yansıtıcı özelliği de bulunmaktadır. Saf gümüş ipliği ile örülen Silver Time® Socks “gümüş çorap” cilt yüzeyinde toplanan elektriği dağıtarak ayakların ferahlamasına ve rahatlamasına, hamilelikte alınan kilolardan kaynaklanan ödemin inmesine yardımcı olur. Gümüş, sadece doğasından kaynaklanan özelliklerinden dolayı ayakları rahatlatmakla kalmaz, vücudun genel olarak dolaşım sisteminin düzenlenmesine katkıda bulunur.*

*2.Silver Time® Socks Berrak Tekstil tarafından üretilen gümüş çoraplar ayaklardaki ödemi azaltırken, gümüşün diğer tüm medikal özellikleri de hamilelerin bu zorlu dönemlerini daha kolay atlatmalarını sağlar. Vücut ısısının artmasına bağlı olarak ayaklarda yaşanan terleme, yine gümüş elementinin buharlaştırma özelliği ile olması gereken doğal seviyeye indirilir.*

*3. Hamileler, saf gümüş ipliği ile örülen Silver Time® gümüş çorapları giyerek gümüşün diğer tüm medikal özelliklerinden de faydalanmaktadırlar:*

*99,9 Saf Gümüş İpliği: Silver Time® çoraplarının içeriğinde %20 oranında gümüş ipliği, %79 oranında kayın ağacından üretilen modal ipliği ve %1 oranında DuPont™ likra kullanılmaktadır.*

*Anti-Bakteriyel: Ayakta üreyen bakterileri tamamen yok eder ve yeni bakterilerin üremesine engel olur.*

*Anti-Mantar: Bulaşıcı olan mantarın üremesi için gerekli olan nem ve ısı ortamını yok ederek var olan mantarı tedavi eder. Böylece mantara bağlı olarak gelişebilecek bakterileri de önlemiş olur.*

*Terlemeyi ve Ayak Kokusunu Önler: Giyildiği ilk bir saat içinde ayakların kokmasına neden olan bakterileri öldüren gümüş, diğer ipliklerle yapılan çorapların aksine, vücudun ısı ve kapalı ortamdan kaynaklı ürettiği fazla teri ipliğin içine çekerek hapsetmez. Gümüş, tam tersi işlem yapar: fazla teri buharlaştırarak sağlıklı ve sürekli bir şekilde ayağı olması gereken sağlıklı koşullara kavuşturur.*

*Termal İletken: Ayaklar da vücudun daha açıkta kalan kısımları gibi 37°C’ de kalırsa sağlıklı olabilir. Gümüşün doğasında bulunan buharlaştırma özelliğine bağlı olarak yaptığı ısı ayarlayıcı özellik, ayakların gümüş çoraplar giyildiği zaman dört mevsim sağlıklı ısıda bulunmasını sağlar.*

*Elektrik İletken: Hamileler de herkes gibi gün içerisinde fazlaca elektrik ve radyasyon yüklenmektedirler. Normalde hormon değişikliğine bağlı olarak fazlaca stres yaşayan hamileler günün sonunda daha stresli ve yorgun olmaktadır. Atomunun yapısı gereği doğadaki en iletken maden olan gümüşten yapılan Silver Time® çorapları, hamilelere aynı anda birçok fayda sağlamaktadır:*

*Vücudumuz, gün boyunca havadaki nem oranına bağlı olarak etrafındaki makine ve pilli aletlerden elektrik toplamaktadır. Silver Time® gümüş çoraplarını diğer tüm çoraplardan ayıran özellik saf gümüş ipliğinden yapılıyor olmaları ve bu sayede sinir sistemimizi olumsuz yönde etkileyen elektrik fazlasının dışarıya atılmasında “topraklama” görevi yapıyor olmasıdır.*

*Gümüşün bir başka özelliği “yansıtma” özelliğidir. Toprakta var olan ve vücudumuza ayak yolu ile girebilecek olan radyasyonun bir kısmı Silver Time® gümüş çoraplarındaki gümüş ipliği sayesinde engellenmektedir.*

*Gümüş madeninin bir başka faydası “manyetik alan” oluşturmasından kaynaklanır: Vücudumuzda var olan elektrik Silver Time® çoraplarında bulunan gümüş ipliği ile temasa geçtiğinde ayak çevresinde manyetik alan oluşmaktadır. Manyetik alanın kan dolaşımını düzenleyici bir etkisi olduğundan dolayı, bozulan kan dolaşımına bağlı olarak gelişen ayak şişmeleri ve ödem Silver Time® gümüş çorapları sayesinde giderilmiş olur.*

***Diyabet Hastaları İçin Tek Sağlıklı Çözüm SILVER TIME® Gümüş Çorap***

*1. Kan dolaşımının azalması*

*Vücudumuzda var olan elektrik Silver Time® gümüş çoraplarındaki saf gümüş ipliği ile temas ettiğinde, ayaklarımızda manyetik bir alan oluşturur. Manyetik alanın kan dolaşımını düzenleyici bir etkisi olduğundan dolayı, diyabet hastalarında bozulan kan dolaşımına yapacağı olumlu etkiden doları, Silver Time® gümüş çoraplarının diyabet hastaları tarafından kesinlikle giyilmesi tavsiye edilir.*

*2. Sinirlerin hasar görmesi*

*Diyabet hastaları ayaklarında oluşan rahatsızlıkları ve yaralanmaları ayaklarındaki sinirler hasar gördüğünden dolayı hissetmeyebilirler. Gümüşün doğasında bulunan anti-bakteriyel özelliği ve bilinen 650 değişik türdeki bakterileri tedavi edici özelliği bulunması ve uzun süreçte ayaklarda doku yenilenmesine yardımcı olduğundan dolayı, Silver Time® gümüş çoraplarının diyabet hastaları tarafından kesinlikle giyilmesi tavsiye edilir.*

*3. Enfeksiyonlara karşı direncin azalması*

*Doğal bir anti-bakteriyel özelliğinin bulunmasının yanında, gümüşün genel olarak kan dolaşımını düzenleyici bir özelliği vardır. Gümüşün bu özelliğinin de bağışıklık sisteminin genelinde olumlu katkıları bulunmaktadır. Bu özellik de yine Silver Time® gümüş çoraplarının diyabet hastaları tarafından giyilmesini gerekli kılmaktadır”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, biyosidal ürünlerin piyasaya arz edilebilmesi ve reklamlarında “antibakteriyel” ifadesinin kullanılabilmesi için biyosidal ürün ruhsatı alınması gerektiği ve biyosidal ürünlerin reklamlarında *“Kullanma talimatını mutlaka okuyunuz”, “Çocuklardan uzak tutunuz”, “Gıda maddelerinden uzak tutunuz”, Doğrudan solumayınız, vücuda temas ettirmeyiniz”* ve *“Alerjiye sebebiyet verebilir”* ifadelerine yer verilmesi zorunlu olmasına rağmen, reklamlarda söz konusu ifadelere yer verilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.berraktekstil.biz adresli internet sitesinin 01.07.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Silver Time Gümüş Çorap”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“****Gümüş ipliği ile üretilen “Silver Time® Socks” Hamilelere Ne Şekilde Yardımcı Olur?***

*1. İnsan vücudu on binlerce sinirden oluşmaktadır ve vücut bu sinirleri acı, rahatsızlık hissi gibi elektrik sinyallerini beyine göndermek için kullanır. Yalnızca ayakların altında 7 binden fazla sinir ucu bulunmaktadır. Gümüş elementi dünyanın en elektrik iletken madeni olmakla birlikte yansıtıcı özelliği de bulunmaktadır. Saf gümüş ipliği ile örülen Silver Time® Socks “gümüş çorap” cilt yüzeyinde toplanan elektriği dağıtarak ayakların ferahlamasına ve rahatlamasına, hamilelikte alınan kilolardan kaynaklanan ödemin inmesine yardımcı olur. Gümüş, sadece doğasından kaynaklanan özelliklerinden dolayı ayakları rahatlatmakla kalmaz, vücudun genel olarak dolaşım sisteminin düzenlenmesine katkıda bulunur.*

*2.Silver Time® Socks Berrak Tekstil tarafından üretilen gümüş çoraplar ayaklardaki ödemi azaltırken, gümüşün diğer tüm medikal özellikleri de hamilelerin bu zorlu dönemlerini daha kolay atlatmalarını sağlar. Vücut ısısının artmasına bağlı olarak ayaklarda yaşanan terleme, yine gümüş elementinin buharlaştırma özelliği ile olması gereken doğal seviyeye indirilir.*

*3. Hamileler, saf gümüş ipliği ile örülen Silver Time® gümüş çorapları giyerek gümüşün diğer tüm medikal özelliklerinden de faydalanmaktadırlar:*

*99,9 Saf Gümüş İpliği: Silver Time® çoraplarının içeriğinde %20 oranında gümüş ipliği, %79 oranında kayın ağacından üretilen modal ipliği ve %1 oranında DuPont™ likra kullanılmaktadır.*

*Anti-Bakteriyel: Ayakta üreyen bakterileri tamamen yok eder ve yeni bakterilerin üremesine engel olur.*

*Anti-Mantar: Bulaşıcı olan mantarın üremesi için gerekli olan nem ve ısı ortamını yok ederek var olan mantarı tedavi eder. Böylece mantara bağlı olarak gelişebilecek bakterileri de önlemiş olur.*

*Terlemeyi ve Ayak Kokusunu Önler: Giyildiği ilk bir saat içinde ayakların kokmasına neden olan bakterileri öldüren gümüş, diğer ipliklerle yapılan çorapların aksine, vücudun ısı ve kapalı ortamdan kaynaklı ürettiği fazla teri ipliğin içine çekerek hapsetmez. Gümüş, tam tersi işlem yapar: fazla teri buharlaştırarak sağlıklı ve sürekli bir şekilde ayağı olması gereken sağlıklı koşullara kavuşturur.*

*Termal İletken: Ayaklar da vücudun daha açıkta kalan kısımları gibi 37°C’ de kalırsa sağlıklı olabilir. Gümüşün doğasında bulunan buharlaştırma özelliğine bağlı olarak yaptığı ısı ayarlayıcı özellik, ayakların gümüş çoraplar giyildiği zaman dört mevsim sağlıklı ısıda bulunmasını sağlar.*

*Elektrik İletken: Hamileler de herkes gibi gün içerisinde fazlaca elektrik ve radyasyon yüklenmektedirler. Normalde hormon değişikliğine bağlı olarak fazlaca stres yaşayan hamileler günün sonunda daha stresli ve yorgun olmaktadır. Atomunun yapısı gereği doğadaki en iletken maden olan gümüşten yapılan Silver Time® çorapları, hamilelere aynı anda birçok fayda sağlamaktadır:*

*Vücudumuz, gün boyunca havadaki nem oranına bağlı olarak etrafındaki makine ve pilli aletlerden elektrik toplamaktadır. Silver Time® gümüş çoraplarını diğer tüm çoraplardan ayıran özellik saf gümüş ipliğinden yapılıyor olmaları ve bu sayede sinir sistemimizi olumsuz yönde etkileyen elektrik fazlasının dışarıya atılmasında “topraklama” görevi yapıyor olmasıdır.*

*Gümüşün bir başka özelliği “yansıtma” özelliğidir. Toprakta var olan ve vücudumuza ayak yolu ile girebilecek olan radyasyonun bir kısmı Silver Time® gümüş çoraplarındaki gümüş ipliği sayesinde engellenmektedir.*

*Gümüş madeninin bir başka faydası “manyetik alan” oluşturmasından kaynaklanır: Vücudumuzda var olan elektrik Silver Time® çoraplarında bulunan gümüş ipliği ile temasa geçtiğinde ayak çevresinde manyetik alan oluşmaktadır. Manyetik alanın kan dolaşımını düzenleyici bir etkisi olduğundan dolayı, bozulan kan dolaşımına bağlı olarak gelişen ayak şişmeleri ve ödem Silver Time® gümüş çorapları sayesinde giderilmiş olur.*

***Diyabet Hastaları İçin Tek Sağlıklı Çözüm SILVER TIME® Gümüş Çorap***

*1. Kan dolaşımının azalması*

*Vücudumuzda var olan elektrik Silver Time® gümüş çoraplarındaki saf gümüş ipliği ile temas ettiğinde, ayaklarımızda manyetik bir alan oluşturur. Manyetik alanın kan dolaşımını düzenleyici bir etkisi olduğundan dolayı, diyabet hastalarında bozulan kan dolaşımına yapacağı olumlu etkiden doları, Silver Time® gümüş çoraplarının diyabet hastaları tarafından kesinlikle giyilmesi tavsiye edilir.*

*2. Sinirlerin hasar görmesi*

*Diyabet hastaları ayaklarında oluşan rahatsızlıkları ve yaralanmaları ayaklarındaki sinirler hasar gördüğünden dolayı hissetmeyebilirler. Gümüşün doğasında bulunan anti-bakteriyel özelliği ve bilinen 650 değişik türdeki bakterileri tedavi edici özelliği bulunması ve uzun süreçte ayaklarda doku yenilenmesine yardımcı olduğundan dolayı, Silver Time® gümüş çoraplarının diyabet hastaları tarafından kesinlikle giyilmesi tavsiye edilir.*

*3. Enfeksiyonlara karşı direncin azalması*

*Doğal bir anti-bakteriyel özelliğinin bulunmasının yanında, gümüşün genel olarak kan dolaşımını düzenleyici bir özelliği vardır. Gümüşün bu özelliğinin de bağışıklık sisteminin genelinde olumlu katkıları bulunmaktadır. Bu özellik de yine Silver Time® gümüş çoraplarının diyabet hastaları tarafından giyilmesini gerekli kılmaktadır”* şeklinde 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, biyosidal ürünlerin piyasaya arz edilebilmesi ve reklamlarında “antibakteriyel” ifadesinin kullanılabilmesi için biyosidal ürün ruhsatı alınması gerektiği ve biyosidal ürünlerin reklamlarında *“Kullanma talimatını mutlaka okuyunuz”, “Çocuklardan uzak tutunuz”, “Gıda maddelerinden uzak tutunuz”, Doğrudan solumayınız, vücuda temas ettirmeyiniz”* ve *“Alerjiye sebebiyet verebilir”* ifadelerine yer verilmesi zorunlu olmasına rağmen, reklamlarda söz konusu ifadelere yer verilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Aktif Madde İçermeyen Biyosidal Ürünler Tebliğinin 6 ncı, 9 uncu, 14 üncü ve 15 inci maddeleri,

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

- 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 inci, 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 **Berrak Tekstil ve Tuhafiye** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2015/862**

**Şikayet Edilen: Salih GÜNGÖR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.naturelbaharat.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünler ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.naturelbaharat.com adresli internet sitesinin 05.08.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Haccer Zeytinyağı Kremi 45 ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“% 100 Doğal Bitkisel karışımlardan elde edilen HACCER İçerisinde Zeytinyağı, at Kuyruğu otu özütü, susam yağı ve elma sirkesi içermektedir. Doğal nemlendirici kremin düzenli kullanımı sonucu sivilce ve siyah noktaların, el dirsek ve topuk çatlaklarının sona erdiği, cildin yenilendiği, taze ve canlı bir cilde sahip olunduğu görülmüştür. Yaşlanma kırışıklıkları, gözaltı torbaları, cilt çatlakları, akneler, sivilceler için kullanımda kesin iyileştirici sonuçlar alınmıştır. Günde bir defa istenilen bölgelere tatbiki halinde 1 hafta sonra iyi etkilerini göreceksiniz. Bunun için az miktarda HACCER kremi hafif masajla cilde sürmeniz yeterlidir.* *Akne, çatlak ve sivilcelere %100 kesin iyileştirici sonuç vermektedir. HACCER Cilt Bakım kremi günlük yaşam stresinden yorgun düşmüş, yıpranmış ciltler için iyi bir koruyucu, tedavi edicidir.*

***İçeriği:****içerik olarak cilt için iyi gelen doğal özütler içerir. Bunlar: At Kuyruğu özütü, susam yağı, zeytinyağı ve elma sirkesidir. İçerisinde kimyasal sentetik maddeler bulunmaz. Bu yönü bu kremin kullanılmasını sağlıklı ve güvenilir kılar*

***At Kuyruğu otu özütü:****Bitki, içerdiği bol miktarda silisik asit sayesinde, cilde yeni bir esneklik kazandırır. İrin toplayan sivilcelerin tedavisinde kullanılabilecek en etkili dezenfekte ilacıdır. Di-üretik etki yanında saç dökülmeleri ve çabuk kırılan tırnaklarda iyileştirici etki göstermektedir.****Dâhilen****, romatizma ve statik ödemlerin boşaltılması, idrar yolları ve idrar torbasının yıkanmasında kullanılır, ayrıca tıbbi çayların ve bitkisel ilaçların bileşiminde yer alır.****Haricen:****zor iyileşen yaralarda infüzyonları; saç dökülmesine karşı hazırlanan şampuan ve losyonların bileşiminde ise ekstreleri yer almaktadır.****Susam yağı:*** *Hafif etkili, cildi besleyici ve güneş ışınlarından koruyucu özellikler taşır. Cilde derinlemesine işler, temizleyici ve zararlı maddelerden arındırıcı olarak kullanılabilir.****Zeytinyağı:****Kaliteli sızma zeytinyağı klasik bir kozmetik katkısıdır. Cilde derinlemesine işler, normalleştirir ve kendini yenileyebilmesine yardımcı olur.****Elma sirkesi:****Bu çok yönlü ilaç, cildi canlandırır ve derinin asidik koruma örtüsünü güçlendirir. Çok zengin vitaminler ve mikro besin maddeleri içerir. Kutu ve çatlak cilt kadar, yağlı ve sivilceli cildin bakımında da başarılıdır. Saçlara yumuşaklık ve parlaklık kazandırır ”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, internet sitesinde yer alan ***“*Solea Zayıflama Kapsülü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Solea'nın içeriğindeki turunç çiçeği ekstresi sayesinde vücudun doğal olarak toksinlerden arındırılmasına ve kilo verilmesine yardımcı olan; aynı zamanda formülasyonundaki antioksidanlarla serbest radikallerin oluşmasını engelleyen bir bitkisel üründür. Formülasyondaki Gotu Kola özellikle bacaklardaki kan akımını artırır. Bu sayede varis, selülit gibi sorunlara karşı da koruyucudur. İçeriğindeki enginar ise; ödem sökücü etkisi ile vücuttaki ödemi yok eder ve karaciğeri korur”*şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde **“Aksesuar-kozmetik ürünleri”, “Ayak Sağlığı”, “Bayanlara Özel”, “Bitkisel Aromatik Sular”, “Bitkisel Kapsuller”, “Bitkisel Kremler”, “Bitkisel Macunlar”, “Bitkisel Sabunlar”, “Bitkisel Yağlar”, “Cinsel Sağlık Ürünleri”, “Çeşme Sakız Reçelleri”, “Damla Sakızlı Ürünler”, “Furkan Çayları”, “Gıda-hediyelik Ürünler”, “Kas Geliştirici-Kilo Aldırıcı”, “Kişisel Bakım Ürünleri”, “Masaj Yağları”, “Organik Ürünler”, “Osmanlı Sabunları”, “Saç Bakım Ürünleri”, “Sağlık Ürünleri”, “Sakız Adası Meyve Reçelleri”, “Selülit Yağları”, “Sporcu Besinleri”, “Toptan Damla Sakızlı Ürünler”, “Zayıflama Ürünleri”** başlıkları altında yer verilen kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Haccer Zeytinyağı Kremi 45 ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“% 100 Doğal Bitkisel karışımlardan elde edilen HACCER İçerisinde Zeytinyağı, at Kuyruğu otu özütü, susam yağı ve elma sirkesi içermektedir. Doğal nemlendirici kremin düzenli kullanımı sonucu sivilce ve siyah noktaların, el dirsek ve topuk çatlaklarının sona erdiği, cildin yenilendiği, taze ve canlı bir cilde sahip olunduğu görülmüştür. Yaşlanma kırışıklıkları, gözaltı torbaları, cilt çatlakları, akneler, sivilceler için kullanımda kesin iyileştirici sonuçlar alınmıştır. Günde bir defa istenilen bölgelere tatbiki halinde 1 hafta sonra iyi etkilerini göreceksiniz. Bunun için az miktarda HACCER kremi hafif masajla cilde sürmeniz yeterlidir.* *Akne, çatlak ve sivilcelere %100 kesin iyileştirici sonuç vermektedir. HACCER Cilt Bakım kremi günlük yaşam stresinden yorgun düşmüş, yıpranmış ciltler için iyi bir koruyucu, tedavi edicidir.*

***İçeriği:****içerik olarak cilt için iyi gelen doğal özütler içerir. Bunlar: At Kuyruğu özütü, susam yağı, zeytinyağı ve elma sirkesidir. İçerisinde kimyasal sentetik maddeler bulunmaz. Bu yönü bu kremin kullanılmasını sağlıklı ve güvenilir kılar*

***At Kuyruğu otu özütü:****Bitki, içerdiği bol miktarda silisik asit sayesinde, cilde yeni bir esneklik kazandırır. İrin toplayan sivilcelerin tedavisinde kullanılabilecek en etkili dezenfekte ilacıdır. Di-üretik etki yanında saç dökülmeleri ve çabuk kırılan tırnaklarda iyileştirici etki göstermektedir.****Dâhilen****, romatizma ve statik ödemlerin boşaltılması, idrar yolları ve idrar torbasının yıkanmasında kullanılır, ayrıca tıbbi çayların ve bitkisel ilaçların bileşiminde yer alır.****Haricen:****zor iyileşen yaralarda infüzyonları; saç dökülmesine karşı hazırlanan şampuan ve losyonların bileşiminde ise ekstreleri yer almaktadır.****Susam yağı:*** *Hafif etkili, cildi besleyici ve güneş ışınlarından koruyucu özellikler taşır. Cilde derinlemesine işler, temizleyici ve zararlı maddelerden arındırıcı olarak kullanılabilir.****Zeytinyağı:****Kaliteli sızma zeytinyağı klasik bir kozmetik katkısıdır. Cilde derinlemesine işler, normalleştirir ve kendini yenileyebilmesine yardımcı olur.****Elma sirkesi:****Bu çok yönlü ilaç, cildi canlandırır ve derinin asidik koruma örtüsünü güçlendirir. Çok zengin vitaminler ve mikro besin maddeleri içerir. Kutu ve çatlak cilt kadar, yağlı ve sivilceli cildin bakımında da başarılıdır. Saçlara yumuşaklık ve parlaklık kazandırır ”* ifadelerine yer verildiği,ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, internet sitesinde yer alan ***“*Solea Zayıflama Kapsülü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Solea'nın içeriğindeki turunç çiçeği ekstresi sayesinde vücudun doğal olarak toksinlerden arındırılmasına ve kilo verilmesine yardımcı olan; aynı zamanda formülasyonundaki antioksidanlarla serbest radikallerin oluşmasını engelleyen bir bitkisel üründür. Formülasyondaki Gotu Kola özellikle bacaklardaki kan akımını artırır. Bu sayede varis, selülit gibi sorunlara karşı da koruyucudur. İçeriğindeki enginar ise; ödem sökücü etkisi ile vücuttaki ödemi yok eder ve karaciğeri korur”*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,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde **“Aksesuar-kozmetik ürünleri”, “Ayak Sağlığı”, “Bayanlara Özel”, “Bitkisel Aromatik Sular”, “Bitkisel Kapsuller”, “Bitkisel Kremler”, “Bitkisel Macunlar”, “Bitkisel Sabunlar”, “Bitkisel Yağlar”, “Cinsel Sağlık Ürünleri”, “Çeşme Sakız Reçelleri”, “Damla Sakızlı Ürünler”, “Furkan Çayları”, “Gıda-hediyelik Ürünler”, “Kas Geliştirici-Kilo Aldırıcı”, “Kişisel Bakım Ürünleri”, “Masaj Yağları”, “Organik Ürünler”, “Osmanlı Sabunları”, “Saç Bakım Ürünleri”, “Sağlık Ürünleri”, “Sakız Adası Meyve Reçelleri”, “Selülit Yağları”, “Sporcu Besinleri”, “Toptan Damla Sakızlı Ürünler”, “Zayıflama Ürünleri”** başlıkları altında yer verilen kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine 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, 7 inci 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,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**11)**

**Dosya No: 2015/1358**

**Şikayet Edilen: Işık Baharat Doğal Kozmetik Ürünler San. ve Tic.- Mehmet Işık ADALI**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.isikbaharat.comadresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünler ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.isikbaharat.com adresli internet sitesinin 27.07.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Herbal Terapie Masaj Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Herbal Teraphie Masaj Yağı-İçindekiler: Biberiye Yağı, Defne Yağı, Portakal Yağı, Çörekotu Yağı, Nane Yağı, Mersin Yağı, Tarçın Yağı, Ceviz Yağı, Karabiber Yağı, Çam Yağı, Fındık Yağı, Sızma Zeytin Yağı, Kafiru. Kullanışı: Ağrıyan bölgeye yeterince sürüldükten sonra kasları zedelemeden parmaklar veya avuç içi yardımıyla iyice ovulur. 1 saat kadar yün bir bez sarılır. Yün çamaşır da giyilebilir”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, www.isikbaharat.com adresli internet sitesinde yer alan **“Beşi Bir Yerde Bitkisel Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 doğal saç onarım uzmanınız..! Antibakteriyel. Italy Chelab Laboratory Approved, Dermatolojik Etkinlik Testi”* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Ayrıca, biyosidal ürünlerin piyasaya arz edilebilmesi için biyosidal ürün ruhsatı alınması gerektiği, ancak söz konusu ruhsat alınmadan reklamlarda “antibakteriyel” ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.isikbaharat.com adresli internet sitesinin 27.07.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Herbal Terapie Masaj Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Herbal Teraphie Masaj Yağı-İçindekiler: Biberiye Yağı, Defne Yağı, Portakal Yağı, Çörekotu Yağı, Nane Yağı, Mersin Yağı, Tarçın Yağı, Ceviz Yağı, Karabiber Yağı, Çam Yağı, Fındık Yağı, Sızma Zeytin Yağı, Kafiru. Kullanışı: Ağrıyan bölgeye yeterince sürüldükten sonra kasları zedelemeden parmaklar veya avuç içi yardımıyla iyice ovulur. 1 saat kadar yün bir bez sarılır. Yün çamaşır da giyilebilir”* 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 ürünlerin isimleri ile bu ürünlere yönelik olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, www.isikbaharat.com adresli internet sitesinde yer alan **“Beşi Bir Yerde Bitkisel Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 doğal saç onarım uzmanınız..! Antibakteriyel. Italy Chelab Laboratory Approved, Dermatolojik Etkinlik Testi”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Ayrıca, biyosidal ürünlerin piyasaya arz edilebilmesi için biyosidal ürün ruhsatı alınması gerektiği, ancak söz konusu ruhsat alınmadan reklamlarda *“antibakteriyel”* ifadesinin kullanıldığı,

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 ve 7 inci maddeleri,

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 9 uncu, 26 ncı, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Işık Baharat Doğal Kozmetik Ürünler San. ve Tic.-Mehmet Işık ADALI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2015/1521**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Prima Yenidoğan ve Aktif Bebek”* paketlerinden çıkan ***“Hediye Kazanma Şansı Yakalayın”*** başlıklı tanıtım kartları

**Reklam Yayın Tarihi:** 1 Mayıs 2015 – 30 Eylül 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Tanıtım kartı

**Tespitler:** 1 Mayıs 2015 – 30 Eylül 2015 tarihleri arasında düzenlenen kampanya kapsamında yayınlanan ve *“Prima Yenidoğan ve Aktif Bebek”* paketlerinden çıkan ***“Hediye Kazanma Şansı Yakalayın”*** başlıklı tanıtım kartlarında; ***“Etiketin arkasındaki şifreyi bulun, Hediye kazanmak için şifrenizle beraber*** [***www.prima.com.tr***](http://www.prima.com.tr) ***sitesini ziyaret edin”*** ifadelerine yer verildiği, ancak kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri, hediyenin stok adedi, içeriği ile piyasa değeri ve kampanya sonuçlarının duyuruluş şekli, malın teslimi ile hizmetin yerine getirilme tarihi ve koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Diğer taraftan, tanıtım kartlarında kampanyaya ilişkin önemli bilgilerin yer aldığı *“\*Şifreli etiketleri Prima Yenidoğan ve Aktif Bebek paketlerinin 2,3,4 ve 5 boylarında bulabilirsiniz”* şeklindeki dipnotun metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından 1 Mayıs 2015 – 30 Eylül 2015 tarihleri arasında düzenlenen kampanya kapsamında yayınlanan ve *“Prima Yenidoğan ve Aktif Bebek”* paketlerinden çıkan ***“Hediye Kazanma Şansı Yakalayın”*** başlıklı tanıtım kartlarında; ***“Etiketin arkasındaki şifreyi bulun, Hediye kazanmak için şifrenizle beraber*** [***www.prima.com.tr***](http://www.prima.com.tr) ***sitesini ziyaret edin”*** ifadelerine yer verildiği, ancak kampanyanın başlangıç ve bitiş tarihleri, hediyenin stok adedi, içeriği ile piyasa değeri ve kampanya sonuçlarının duyuruluş şekli, malın teslimi ile hizmetin yerine getirilme tarihi ve koşullarına ilişkin bilgilere yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Diğer taraftan, tanıtım kartlarında kampanyaya ilişkin önemli bilgilerin yer aldığı *“\*Şifreli etiketleri Prima Yenidoğan ve Aktif Bebek paketlerinin 2,3,4 ve 5 boylarında bulabilirsiniz”* şeklindeki dipnotun metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 15 inci, 18 inci, 19 uncu, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2015/1379**

**Şikayet Edilen: Viking Kağıt ve Selüloz A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.youtube.com/watch?v=VsW4LhmW9NM> adresli Youtube sayfasında yayımlanan ***"Premia Kağıt Havlu"*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.youtube.com/watch?v=VsW4LhmW9NM> adresli Youtube sayfasında yayınlanan **“Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu”** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak yer verilen; *“Çıtır sigara böreği Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu. Kıpkırmızı domates Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu. Kıpkırmızı elma Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu. Çıtır çıtır patates kızartması Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu”* ifadelerinin, Türkiye’de gıdayla temasa uygun **ilk ve tek** kağıt havlunun ***“Premia”*** olduğu hususunun ispatlanamaması nedeniyle gerçeği yansıtmadığı gerekçesiyle Reklam Kurulu’nun 10.12.2013 tarih ve 219 sayılı toplantısında durdurma cezası uygulanmasına karşın, yaptırıma konu reklamların yayımlanmaya devam edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://www.youtube.com/watch?v=VsW4LhmW9NM> adresli Youtube sayfasında yayınlanan **“Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu”** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak yer verilen; *“Çıtır sigara böreği Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu. Kıpkırmızı domates Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu. Kıpkırmızı elma Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu. Çıtır çıtır patates kızartması Premia’yı öneriyor, çünkü Premia Türkiye’nin gıda ile temasa uygun ilk ve tek kağıt havlusu”* ifadelerinin, Türkiye’de gıdayla temasa uygun **ilk ve tek** kağıt havlunun ***“Premia”*** olduğu hususunun ispatlanamaması nedeniyle gerçeği yansıtmadığı gerekçesiyle Reklam- Kurulu’nun 10.12.2013 tarih ve 219 sayılı toplantısında durdurma cezası uygulanmasına karşın, yaptırıma konu reklamların yayımlanmaya devam edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8 inci, 9 uncu, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**14)**

**Dosya No: 2014/1144-1**

**Şikayet Edilen:** **Yıldız PAZARLAMA-Vedattin YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Radyo Alaturka”* isimli radyo istasyonunda ***“Salkom”*** markalı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.07.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** *“Ülkemizde çok büyük bir problem var. Saç dökülmesi yaşayanlar ve beyaz saçı olanlar ve saçı hiç olmayanlar. Keller. Salkom sadece 18 günde saçlarınızı çıkartıyor. Sizi kellikten kurtarıyor. Kaç yaşında olursa olsun 18 günde saçınız çıkmazsa bizi arayın paranızı iade ediyoruz. Biz garanti veriyoruz. Aynı zamanda beyaz olan saçları sadece 7 günde orijinal rengine dönüştürüyor. Doğal bir yönle saçınız orijinal rengine dönüyor. Saçlarda kırılma, yağlanma, kepeklenme bunların hepsini 3 günde ortadan kaldırıyor. Saç dökülmesini anında durduruyor. Salkomla Saçınız başınızda olacak. Türkiye’de bir tane kel vatandaş bırakırsam benim adım Ahmet değil. 6 dakika içinde ararsanız, Salkom 3lü seti 179 TL yerine, 69 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan radyoda, yukarıda belirtilen ifadeler kullanılmıştır. 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,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4, 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Yıldız PAZARLAMA-Vedattin YILDIZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.000-TL (Beşbin Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2014/1144-2**

**Şikayet Edilen:** **Hermes Medya Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (Radyo Alaturka)**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Radyo Alaturka”* isimli radyo istasyonunda ***“Salkom”*** markalı ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.07.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** *“Ülkemizde çok büyük bir problem var. Saç dökülmesi yaşayanlar ve beyaz saçı olanlar ve saçı hiç olmayanlar. Keller. Salkom sadece 18 günde saçlarınızı çıkartıyor. Sizi kellikten kurtarıyor. Kaç yaşında olursa olsun 18 günde saçınız çıkmazsa bizi arayın paranızı iade ediyoruz. Biz garanti veriyoruz. Aynı zamanda beyaz olan saçları sadece 7 günde orijinal rengine dönüştürüyor. Doğal bir yönle saçınız orijinal rengine dönüyor. Saçlarda kırılma, yağlanma, kepeklenme bunların hepsini 3 günde ortadan kaldırıyor. Saç dökülmesini anında durduruyor. Salkomla Saçınız başınızda olacak. Türkiye’de bir tane kel vatandaş bırakırsam benim adım Ahmet değil. 6 dakika içinde ararsanız, Salkom 3lü seti 179 TL yerine, 69 TL”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan radyoda, yukarıda belirtilen ifadeler kullanılmıştır. 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,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4, 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 5/a,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Hermes Medya Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (Radyo Alaturka)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**16)**

**Dosya No: 2015/947**

**Şikayet Edilen:** **Dt. Mehmet ELBİRLİK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 4/12/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sakaryadisdoktoru.com](file:///Z%3A%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C244%5Cwww.medicadent.com) adresli internet sitesinin 4/12/2015 tarihli görünümlerinde; *“ (...) Diş sağlığı sektöründe hizmet veren kliniğimiz, kaliteli ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeniz için gerekli tüm bilimsel ve tıbbi desteği sağlamaktadır. (...)”* şeklinde ifade ve klinik görselleri ile "uygulama görüntüleri" başlığı altında hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sakaryadisdoktoru.com](file:///Z%3A%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C244%5Cwww.medicadent.com) adresli internet sitesinin 4/12/2015 tarihli görünümlerinde; *“ (...) Diş sağlığı sektöründe hizmet veren kliniğimiz, kaliteli ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeniz için gerekli tüm bilimsel ve tıbbi desteği sağlamaktadır. (...)”* şeklinde talep yaratıcı ve söz konusu kliniğe yönlendirme yapan ifade ve klinik görsellerine yer verilerek kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, ayrıca "uygulama görüntüleri" başlığı altında hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**17)**

**Dosya No: 2015/413**

**Şikayet Edilen:** **Oktay MERT (Duru Eczanesi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.durueczane.com](file:///%5C%5CAnkticfs1%5Creklam%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C244%5Cwww.durueczane.com) adresli internet sitesinin 23.06.2015 tarihli görünümünde; *"Cinsel Sağlık, Kampanyalar, Besin Takviyeleri"* başlıkları altında muhtelif gıda takviyelerinin ve *"Viagra, Cialis"*  gibi beşeri tıbbi ürünlerin sağlık beyanlarına yer verilerek tanıtım ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde; endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki bu ürünlerin insan metabolizmasına etki eden “tıbbi ürünler” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bir sağlık sorununun anılan ürünler ile önlendiği, tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların aynı zamanda bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu; diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde, "Duru Eczane" ismine yer verilerek "Eczacınıza Danışın Tüm Sorularınızı Cevaplandıralım" şeklinde bir bölüm oluşturulduğu, oysa, ilgili mevzuatta eczacıların ve eczanelerin adına internet sitesi açılmasının, ayrıca eczane ve ecza dolaplarında satılabilecek ürünlerin her ne şekilde olursa olsun internet üzerinden satışının yapılmasının yasaklandığı, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- 6197 sayılı Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Kanun’un 24 üncü maddesi,

- Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmeliğin 42 ve 43 üncü maddeleri,

- 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 13 üncü maddesi,

- Beşeri Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin 5/3 üncü maddesi,

- 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. maddesinin 3. bendi,

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8-ç, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Oktay MERT (Duru Eczanesi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2015/551**

**Şikayet Edilen:** **Aris İstanbul Lazer Epilasyon ve Zayıflama Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.arisistanbul.com](file:///%5C%5CAnkticfs1%5Creklam%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C244%5Cwww.sehirfirsati.com) adresli internet sitesinin 16.04.2015 tarihli görünümünde;

-Ana sayfada; *" Herkadın güzeldir ve daima güzel kalmak ister. Türkiye markası Aris İstanbul piyasanın en iyi cihazı lazer ütüleme sistemiyle karşınızda, ağrı yok, zaman kaybı yok, 15 dk tüm vücut tarama, 6 seansta kesin çözüm, lazer epilasyon, seans değil bitiş garantili paket fiyatı, sözleşme ile memnuniyetiniz %100 garantili."* ifadelerine yer verildiği,

- "Hakkımızda" başlığı altında ve ana sayfada yer alan ifadelerde kuruluşta kullanılan cihazlar için, *" en iyi donanıma sahip cihaz ve ekipman, yüksek kalite ve yüksek performanslı cihaz, en iyi cihaz"*  gibi nitelendirmeler kullanılarak tıbbi işlemlerin uygulanmasında da kullanılan bu cihazların övücü nitelikte tanıtımı yapıldığı,

-Kuruluşun isminin *“Aris İstanbul Lazer Epilasyon & Zayıflama Merkezi"* olarak nitelendirilerek kuruluş türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği,

-Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *" Lazer Epilasyon, Kavitasyon, Kimyasal Peeling"* gibi işlemlerin sayıldığı; ancak, sayılan bu hizmetlerin doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemler olduğu,

tespit edilmiştir.

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

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aris İstanbul Lazer Epilasyon ve Zayıflama Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2015/1270**

**Şikayet Edilen:** **Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizmetleri Anonim Şirketi (Özel Veni Vidi Göz Sağlığı Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 19.10.2015 tarihli görünümünde;

- “No Touch Laser” başlığı altında; *“…Özellikle düşük ve orta seviye miyobu, astigmatı olan hastalarda çok başarılı sonuçlar veren TransPRK lazer tedavisi, gözde iz bırakmıyor…Bu tedaviden bir ay sonra yapılacak göz muayenesinde, göz doktorlarının lazer tedavisinde uzmanlaşmış olanları bile hastanın gözüne lazer yapılmış olduğunu anlamıyorlar …Türkiye’de sadece Veni Vidi Göz Grup’ta uygulanan TransPRK, diğer adıyla No Touch Laser yöntemiyle göze dokunulmadan tüm bu sorunları ortadan kaldırabiliyoruz…”,*

- “TransPRK” başlığı altında ; *“…gözüne kesi yapılmasından rahatsız olan hastalar için ideal bir yöntemdir…” ,*

- “Presby MAX” başlığı altında; *“…bilgisayarınızı rahatlıkla gözlüksüz olarak kullanabilirsiniz…PresbyMAX’ in güven veren bir özelliği şudur: …”,*

- “Multifokal Göz İçi Lens” başlığı altında; *“…Uygun hasta seçimi, uygun teknik, hekimin tecrübesi ve doğru mercek seçimi ile ameliyatlarda yüksek başarı oranı görülmektedir…”,*

- “Keratokonus” başlığı altında; *“…The Cretan Protocol : CXL tedavisi öncesinde TPTK laser ile kornea epiteli eritildiğinde (göze herhangi bir temas olmaksızın uygulanan, birkaç saniye süren ve ağrısız bir işlemdir) ,CXL tedavisi sonrası görme kalitesinde anlamlı artışlar elde edildiğinin kanıtlanmasıyla oluşturulmuş tedavi protokolüdür. Kliniğimizde epi-off dual CXL tedavisi bu protokol uyarınca uygulanmaktadır…The Modified Athens Protocol: Görme keskinliği düşük keratokonus olgularında aynı seansta ve üç adımda uygulanan 3 farklı tedaviyle hastaların görme kalitesinde anlamlı artışlar elde edildiğinin kanıtlanmasıyla oluşturulmuş tedavi protokolüdür. Bu protokolde önce(1.tedavi) TPTK laser ile kornea epiteli eritilir(göze herhangi bir temas olmaksızın uygulanan, birkaç saniye süren ve ağrısız bir işlemdir), sonra (2. Tedavi) CWF PRK laser tedavisi uygulanır(kornea yüzey düzensizliği azaltılır) ve son olarak (3. Tedavi) CXL tedavisi yapılır.Kliniğimizde, görme keskinliği belli bir düzeyin altında olan keratokonus hastalarında epi-off triple CXL tedavisi bu protokol uyarınca uygulanmaktadır…”,*

- “Göz Kapağı Cerrahisi” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz, bu gruptaki cerrahi tedavileri, bu konuda yetkin hekimlerin ve yurt dışından davet edilen uzmanlarının konsültasyonlarıyla biçimlendirilerek inter-disipliner yaklaşımla üstlenmektedir…”,*

- “Nörovizyon” başlığı altında; *“… Hastalara kendi evlerinin konforunda veya kliniklerde (Sertifikalı RevitalVision by NeuroVision Merkezleri) internet bağlantılı bir bilgisayar kullanımıyla sunulabilir…”,*

- “Tanısal İşlemler” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz Analiz Laboratuvarları, senelerdir kalite ve disiplin kavramlarıyla birlikte anılır…Bu işlemler sayesinde başarılı bir ameliyat öncesi durum tespiti yapmak mümkün olmaktadır…VeniVidiGöz Analiz Laboratuvarları ile teknoloji ürünü cihazları kullanır ve işlev sadece göz ameliyatı olacak hastaların kan analizleriyle sınırlı değildir.Tüm laboratuvar analizleri için, VeniVidiGöz Analiz Laboratuvarlarından yararlanabilirsiniz…”,*

- “OCT” başlığı altında; *“… katarakt ameliyatı sonrasında gelişen maküla ödemi tanısında en güvenilir sonuçları verir…saniyeler içinde uygulanan bir tekniktir…”,*

- “ICG” başlığı altında; *“… Retina altında yer alan yoğun bir kılcal damar ağından oluşan koroid dokusunun patolojileri en iyi ICG ile görüntülenir…”,*

- “Biometri” başlığı altında; *“ Bu cihazlar,daha önce kendisine excimer laser uygulanmış ve şimdi katarakt ameliyatı için hazırlık yapılan hastalarda en iyi sonuçları verirler…”,*

- “Wavefront Aberasyon” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz, gözlükten kurtulmak amacıyla excimer laser uygulaması için başvuran istisnasız her hastada Wavefront aberasyon analizlerini standart olarak yapmaktadır…”,*

- “Pupillometri” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz, pupillometrik ölçümleri excimer laser planlanan her hastaya istisnasız olarak uygulanmaktadır…”,*

- “SpM” başlığı altında; *“…Endotel nakli, dikiş atılmadan yapılan ve başarı oranı yüksek bir ameliyattır…TransPRK,LASIK için uygun olmayan ve ince korneası olan hastalar için iyi bir teknik olmasının yanı sıra, gözüne bir cihazın dokunmasından veya gözüne kesi yapılmasından rahatsız olan hastalar için ideal bir yöntemdir…Operasyon sırasında bir komplikasyon oluşması, yöntemin basitliği ve güvenilirliği nedeniyle pek muhtemel değildir…”,*

- “Argon Laser” başlığı altında; *“Retina yırtılması, erken tanı konulduysa en iyi argon laser ile tedavi edilir…”,*

- “YAG Laser” başlığı altında; *“…Saniyeler süren bir işlemdir ve tamamen ağrısızdır…”,*

- “SLT(Selektif Laser Trabeküloplasti)” başlığı altında; *“Pigment Glokomu ve Px Glokom adını alan göz tansiyonu türlerinde ise tedavi etkinliği çok yüksektir…”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili talep uyandırıcı, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandıran, kuruluşa yönlendirme yapan ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açan nitelikte olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği, bu durumun da;

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

- 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 **Veni Vidi Özel Göz Sağlığı Hizmetleri Anonim Şirketi (Özel Veni Vidi Göz Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2015/1278**

**Şikayet Edilen:** **Estetica Dental Center Turizm Otomotiv ve Aracılık Hizmetleri İthalat ve İhracat Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Yüksek kalite, uygun fiyat garantisiyle Bodrum ve Didim’de hizmetinizdeyiz”*** ibareli gazete reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** İnceleme konusu gazete reklamlarında, *“ Yüksek Kalite, Uygun Fiyat Garantisiyle Bodrum ve Didim'de Hizmetinizdeyiz. Estetica Gentle Dental.İnci gibi dişler kendinden emin gülüşler.Dental Care Satış Merkezi.Implant, Beyazlatma Sistemleri, Protez Yapıştırıcı, Diş Pırlantası”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bodrum Yarımada Gazetesi’nin 1 inci sayfasında yer alan *“Yüksek kalite, uygun fiyat garantisiyle Bodrum ve Didim’de hizmetinizdeyiz”* ibareli gazete reklamlarında yer alan bilgilerinin tüketiciye yönelik olmadığı tespit edildiğinden, söz konusu reklamın Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun kapsamında değerlendirilemeyeceği anlaşılmış olup, anılan reklamların 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2015/1282**

**Şikayet Edilen:** **Özel Veni Vidi Göz Sakarya Tıp Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 19.10.2015 tarihli görünümünde;

- “Keratokonus” başlığı altında; *“…The Cretan Protocol : CXL tedavisi öncesinde TPTK laser ile kornea epiteli eritildiğinde (göze herhangi bir temas olmaksızın uygulanan, birkaç saniye süren ve ağrısız bir işlemdir) ,CXL tedavisi sonrası görme kalitesinde anlamlı artışlar elde edildiğinin kanıtlanmasıyla oluşturulmuş tedavi protokolüdür. Kliniğimizde epi-off dual CXL tedavisi bu protokol uyarınca uygulanmaktadır…The Modified Athens Protocol: Görme keskinliği düşük keratokonus olgularında aynı seansta ve üç adımda uygulanan 3 farklı tedaviyle hastaların görme kalitesinde anlamlı artışlar elde edildiğinin kanıtlanmasıyla oluşturulmuş tedavi protokolüdür. Bu protokolde önce(1.tedavi) TPTK laser ile kornea epiteli eritilir(göze herhangi bir temas olmaksızın uygulanan, birkaç saniye süren ve ağrısız bir işlemdir), sonra (2. Tedavi) CWF PRK laser tedavisi uygulanır(kornea yüzey düzensizliği azaltılır) ve son olarak (3. Tedavi) CXL tedavisi yapılır.Kliniğimizde, görme keskinliği belli bir düzeyin altında olan keratokonus hastalarında epi-off triple CXL tedavisi bu protokol uyarınca uygulanmaktadır…”,*

- “Oküloplasti” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz, bu gruptaki cerrahi tedavileri, bu konuda yetkin hekimlerin ve yurt dışından davet edilen uzmanlarının konsültasyonlarıyla biçimlendirilerek inter-disipliner yaklaşımla üstlenmektedir…”,*

- “Tanısal İşlemler” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz Analiz Laboratuvarları, senelerdir kalite ve disiplin kavramlarıyla birlikte anılır…VeniVidiGöz Analiz Laboratuvarları ile teknoloji ürünü cihazları kullanır ve işlev sadece göz ameliyatı olacak hastaların kan analizleriyle sınırlı değildir.”,*

- “OCT” başlığı altında; *“… katarakt ameliyatı sonrasında gelişen maküla ödemi tanısında en güvenilir sonuçları verir…saniyeler içinde uygulanan bir tekniktir…”,*

- “Argon Laser” başlığı altında; *“…Retina yırtılması, erken tanı konulduysa en iyi argon laser ile tedavi edilir…”,*

- “ICG” başlığı altında; *“… Retina altında yer alan yoğun bir kılcal damar ağından oluşan koroid dokusunun patolojileri en iyi ICG ile görüntülenir…”,*

- “Multifokal Göz İçi Lens” başlığı altında; *“…Uygun hasta seçimi, uygun teknik, hekimin tecrübesi ve doğru mercek seçimi ile ameliyatlarda yüksek başarı oranı görülmektedir…”,*

- “Biometri” başlığı altında; *“…Bu cihazlar, daha önce kendisine excimer laser uygulanmış ve şimdi katarakt ameliyatı için hazırlık yapılan hastalarda en iyi sonuçları verirler.”,*

- “Wavefront Aberasyon” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz, gözlükten kurtulmak amacıyla excimer laser uygulaması için başvuran istisnasız her hastada Wavefront aberasyon analizlerini standart olarak yapmaktadır…”,*

- “Pupillometri” başlığı altında; *“…VeniVidiGöz, pupillometrik ölçümleri excimer laser planlanan her hastaya istisnasız olarak uygulanmaktadır…”,*

- “SpM” başlığı altında; *“…Endotel nakli, dikiş atılmadan yapılan ve başarı oranı yüksek bir ameliyattır…”* ifadeleri ile,

- "Hallugs Valgus, Kemik Erimesi, Ms ve Ftr, Omurga Yaralanmaları, Parkinson ve Ftr, Romatizma, Romatoid Artrit"başlıkları altında yer alan ifadeler ile kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan işlemlerin tanıtımın yapıldığı ve bu işlemlerin kuruluşun bünyesinde uygulandığı yönünde bir izlenim oluşturulduğu,

-Kuruluşun isminin *“Özel Veni Vidi Göz Sakarya Tıp Merkezi”* olarak nitelendirilerek kuruluşun ruhsatnamesinde kayıtlı olan ismin kullanılmadığı,

Diğer taraftan; anılan internet sitesinin 19.10.2015 tarihli görünümünde kuruluşun adının ***“Sakarya Göz Hastanesi”*** olarak nitelendirildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer veremeyeceği hüküm altına alınmıştır.

Bununla birlikte; Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 29 uncu maddesinde yer alan "*Tabelaları ile basılı ve elektronik ortam materyallerinde, ruhsatnamesinde kayıtlı sağlık kuruluşu ismi dışında başka bir isim kullanılamaz*." ve 30 uncu maddesinde yer alan "*Sağlık kuruluşunun tabelasına veya basılı evrakına; ruhsatlarında yer alan mevcut isim ve unvanları veya tescil edilmiş isimlerinin dışındaki diğer isim ve unvanları ile faaliyet izin belgesinde belirtilen uzmanlık dalları haricinde başka uzmanlık dalı yazılamaz."* hükümleri gereği ayakta teşhis ve tedavi hizmeti sunan sağlık kuruluşlarının da ruhsatlarında belirtilen isimlerinin dışında başka bir isim kullanamayacakları açıktır.Yine anılan Yönetmeliğin 29 uncu maddesinin beşinci fıkrasında yer alan; *" Sağlık kuruluşları tarafından her türlü yayın mecralarında yer alan sağlık bilgileri, konusuna göre yetkili sağlık meslek mensupları tarafından verilmek zorundadır. Bu mecralar yoluyla yapılan bilgilendirme ve tanıtımlar, hastayı ilgili sağlık kuruluşuna doğrudan veya dolaylı biçimde yönlendirecek içerikte olamaz.",* hükmü gereği, sağlığı koruyucu ve geliştirici nitelikteki bilgilendirme ve tanıtımların, sağlık kuruluşları tarafından ve konusunda yetkili sağlık meslek mensuplarınca verilmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadelerin talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı; ayrıca, kuruluşun ruhsatında kayıtlı olan ismin açıkça belirtilmemesi suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı; bununla birlikte, kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan tıbbi işlemler ile hasta tedavi ettiği yönünde bir izlenim oluşturarak ve bu hususta bilgilendirmeler yaparak; benzer alanda faaliyet gösteren kuruluşlar açısından haksız rekabete sebebiyet verdiği; tüm bu durumların,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Veni Vidi Göz Sakarya Tıp Merkezi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2015/1544**

**Şikayet Edilen:** **Levent YOLERİ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.leventyoleri.com.tr](file:///%5C%5CAnkticfs1%5Creklam%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C244%5Cwww.leventyoleri.com.tr) adresli internet sitesinin 16.11.2015 tarihli görünümünde;

- “Meme Büyütme-Ameliyatın riskleri ve komplikasyonları nelerdir?Ameliyat sonrası sorunlar neler olabilir?” başlığı altında; *“(…)Protez üreten firmalar, ürünlerinin yapısal bütünlüğünün bozulmayacağı konusunda garanti verirler, ancak sınırsız bir kullanım zamanı belirtmezler.Protez patlaması veya silikon jel kaçakları Mentor gibi iyi markalarda rastlanmaz.(…)”*,

- “Burun Estetiği-Burun ikinci kez ameliyat edilebilir mi?” başlığı altında; *“(…)Bu nedenle tek ameliyatla sonuç alınması, ameliyatın özenli ve tecrübeli ellerde yapılması gerekir.”*,

- “Meme Dikleştirme-Meme dikleştirme ameliyatında iz kalır mı?” başlığı altında; *“(…)Bu yöntemde hem iz çok fazla değildir, hem de estetik sonuçlar en iyidir.Kalıcılık açısından da vertikal mastopeksi diğer tekniklerden üstündür.”* ifadeleri ile,

[www.facebook.com](file:///%5C%5CAnkticfs1%5Creklam%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C244%5Cwww.facebook.com) adresli sosyal paylaşım sitesinde şahsa ait bulunan sayfanın 16.11.2015 tarihli görünümünde;

-“Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Nedir?” başlıklı paylaşımda; *“(…)Vücudumuzun tüm doş yapısının hem fonksiyonunun kazandırılması hem de estetik görünümünün mükemmel olmasını sağlayacak operasyonlar yapmaktayız. Kaybedilen burun, kulak, göz kapakları, saçlı deri, penis, vagina, meme, çene, parmakların onarımı veya yeniden yapılması bizim işimizdir.Aslında sadece estetik görünümün daha iyi olmasını sağlayacak ameliyatlar tüm bu geniş ilgi alanımız içinde bir bölümü teşkil eder.Plastik cerrahide hızla gerçekleşen yeniliklerle, vücudumuzdaki sadece küçük kusurları değil, kişilere daha iyi ve genç görünmelerini sağlayacak operasyonlarda yapmaktayız. Nedeni ne olursa olsun böyle bir gereksinim duyanlar, yeni görünümleriyle daha mutlu olacağına inananlar, kendilerini bize emanet ediyorlar.Keemrli bir burun kişide rahatsızlığa sebep oluyorsa ev bu durum operasyonla düzeltilebilecekse niçin yapılmasın!Aynı durum vücutta biriken yağlar, sarkmalar, memelerin aşırı iri veya sarkık olması, çok ufak olması, çocuklarda çok rahatsızlık verici kepçe kulak, erkeklerde kellik için de geçerlidir.”* ifadeleri ile,

- “Zaman Tüneli Fotoğrafları” içerisinde; *“Yüz felci, Jinekomasti, Kepçe kulak düzeltmesi, Yarık dudak tedavisi, Hemanjioma”* gibi tıbbi işlemlere ait tedavi öncesi ve sonrası görüntüsüne yer verildiği;

- İnceleme konusu sayfada yer alan paylaşımlara yapılan yorumlarda; *“Çok değerli bir girişim yapıyorsunuz, Ellerine sağlık, Sizin gibi başarılı doktorlar olduktan sonra hastalıkların tedavisi çok kolay, Allah razı olsun hocam şimdi oğlum 2 yaşına girdi ufak biz iz kaldı sadece dudağında…”* gibi ifadeler ile şahsa yönelik teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak *“reklam’’* niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2015/1589**

**Şikayet Edilen:** **Luxottica Gözlük Endüstri ve Ticaret A. Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:*****“Ray-Ban çerçeve al, Turkcell’den anında aylık 100 TL/250 Dk konuşma veya aylık 500 Mb internet paketi kazan!”*** ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2015-16.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Tanıtım kartı

**Tespitler:** Kuruluşa ait olan ve 23.9.2015-16.11.2015 tarihleri arasında yayınlanan tanıtımlarda; *" Ray-Ban Çerçeve Al, Turkcell'den Anında Aylık 100 TL/250 Dk. Konuşma veya Aylık 500 MB internet Paketi Kazan! Kampanya katılım için aylık 500 MB hediye data paketi için kartlarda çıkan şifreyi yazıp boşluk bırakıp DATA yazarak, aylık 100 TL/250 Dk hediye konuşma paketi için kartlarda çıkan şifreyi yazıp boşluk bırakıp SES yazarak 3113'e SMS göndermeniz gerekmektedir."*  ifadelerine yer verilerek *"Ray-Ban"* markasına aitgözlük çerçevelerinin 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 yapılmasının yasak olduğu, dolayısıyla, numaralı kontakt lensler, numaralı gözlük camları ve gözlük çerçeveleri gibi tıbbi cihazların reklam ve tanıtımlarının da bu kapsamda değerlendirilmesi gerektiği;

Bu bağlamda; geri ödeme kapsamında bulunan ve inceleme konusu broşürlerde tanıtımı yapılan optik ürünler içerisinde yer alan gözlük çerçevelerinin ilgili mevzuat gereği reklamının yapılmasının yasak olduğu; dolayısıyla bu durumun,

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15 inci maddesi,

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

**24)**

**Dosya No: 2015/76**

**Şikayet Edilen:** **Özel Mia Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşunuzun [www.miadent.com](http://www.miadent.com) adresli internet sitesinin 17.11.2015 tarihli görünümünde;“*Pedodonti(Çocuk diş hekimliği)”* başlığı altında; “…*Merkezimizde uyum güçlüğü çeken, anksiyeteli ve zihinsel engelli çocuklarımıza özel diş tedavileri uygulanmaktadır. Bu kapsamda pedodontistlerimiz, tam donanımlı ameliyathanemizde, anestezi ve reanimasyon uzmanımız denetiminde genel anestezi altında ve sedasyon uygulayarak tedaviyi yürütmektedir…”,*“*Çocuklara özel*” başlığı altında; *“Küçük hanımlar ve beyler, çocuk dostu bir merkez olan Mia Dent’in özel misafirleridir. Küçük dostlarımız merkezimizde muayene sıralarını beklerken ya da anne babaları muayene olurken tablet bilgisayarlarda oyun oynayabilir, çizgi film izleyebilir veya kendi yaş grubuna uygun oyuncaklarla oyun evinde keyifli zaman geçirebilir. Pedodoniti (Çocuk Diş Hekimliği) birimimizdeki özel tasarımlı diş ünitelerimiz de merkezimize gelen küçük misafirlerimiz için özel olarak hazırlanmıştır. Bebekli hastalarımız ve hasta yakınları için merkezimizde emzirme ve bebek bakım odası düzenlenmiştir.Diş hekiminden ve yapılacak işlemlerden korkmamaları, sıkılmamaları, oyun oynamaya devam ederken muayene ve tedavi olmaları bizim için önceliktir. Bu amaçla kliniğimiz muayene odası, diş ünitesi ve bekleme salonu oyun evi, eğlence salonu görünümündedir. Bunların yanı sıra merkezimize gelen küçük dostlarımız için hazırladığımız özel hediye ve sürprizlerle tedavi/bakım deneyimini eğlenceli hale getirmeyi amaçlarız. Merkezimizin çocuk diş hekimliği biriminde, çocuk psikolojisi, büyüme ve gelişim konularında uzmanlık eğitimi almış pedodontistlerimiz görev yapar. Çocuklarla iyi iletişim kuran, onların psikolojik ve pedagojik durumları konusunda deneyimli pedodontistlerimiz, çocuklarımızın tedirgin olmaması, korkmaması için farklı yöntemler uygular…”,*ifadelerine yer verildiği;Ayrıcakuruluşunuzun Facebook sayfasındaki;18/12/2013 tarihli paylaşımında; *“Bizler MİADENT olarak teknolojide de sizler için elimizden gelenin en iyisini yaptık. Diş sağlığınızla ilgili her türlü teknolojik tanı ve tedavi imkanlarımızla sizleri daha sağlıklı günlere bekliyoruz…”,*26/03/2014 tarihli paylaşımında; *“MİADENT'in Pedodonti (çocuk ağız ve diş sağlığı) katını gördünüz mü?Çocuklarınızın korkmaması ve sağlığı için her türlü ayrıntının gerçekleştirildiği bu ortamı görmelisiniz...Her türlü soru ve randevulerınız için 444 5 642 ya da 444 5 MİA…”,*04/07/2014 tarihli paylaşımında; *“Ya Gece Dişiniz Ağrırsa”* başlıklı reklamların bulunduğu; ayrıca anılan internet sitesinde “*CANINIZ HİÇ ACIMASIN...ANKARA'lılar... Lütfen numaramızı bir yerlere not edin. Artık Ankara'da tüm gece açık bir diş hastanesi var...Her türlü acil diş probleminizde yanınızdayız...444 5 642 444 5 MİA…”,*30/10/2014 tarihli paylaşımında; *“DİŞ PROBLEMLERİNİZDE 24 SAAT YANINIZDA BİZ VARIZ…”,*18/07/*2015 tarihli paylaşımında; “Doğal hasta hekim ilişkileri ile yapılan sedasyon hastanemizde tüm hekimlerimiz tarafından uygulanmaktadır. Medikal sedasyon ise sadece ve sadece anestezi ve reanimasyon uzmanı tıp doktorları ile yapılmaktadır. Özellikle diş hekiminden korkusu ve endişesi olan hastalarımız için inanılmaz etkili bir tedavi yöntemidir...”,* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

-Mülga Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 32 nci maddesi,

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Özel Mia Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri 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.

**25)**

**Dosya No: 2015/389**

**Şikayet Edilen:** **Van Dünya Sağlık Hizm. Ağız Ve Diş Sağlığı Medikal İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.vandunyadis.com](http://www.vandunyadis.com) adresli internet sitesinin 20.11.2015 tarihli görünümünde; Ana sayfasında; *”Sağlıklı ve mutlu gülümsemek için Van Dünya Diş Sağlığını tercih ediniz…İleri teknoloji yöntemi ile diş tedavisi…Zamanında Randevu… Siz müşterilerimize en kaliteli hizmet sunulur…Alanında Uzman Personel…Uzman kadromuzla hizmetinizdeyiz…Yüksek Standart…Kaliteden ödün vermeden…”,*“*Basında Biz*” başlığı altında*; “Diş polikliniğinden ‘cesaretli çocuk’ sertifikası…*[*Van*](http://www.milliyet.com.tr/van/)*’daki Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği, çocuklardaki diş korkusu sıkıntısını gidermek için ‘Cesaretli Çocuk Sertifikası uygulamasını başlattı. Konuyla ilgili açıklamalarda bulunan Dünya Ağız ve Diş Polikliniği Uzman Doktor Mesut Burak Derge, genel olarak çocuklarda var olan diş doktoru korkusunun aileler için büyük zorluklara sebep olabildiğine vurgu yaparak, “Van Dünya Ağız ve Diş Polikliniği olarak bu sıkıntının giderilmesine yardımcı olmak adına çocuk hastalarımıza ‘Cesaretli çocuk sertifikası’ uygulaması başlattık. Bu uygulamada tedavileri esnasında zorluk çıkarmayan ve tedavilere izin veren çocuk hastalarımıza, hazırladığımız belgeleri hediye ediyoruz. Ayrıca polikliniğimizde bizde mevcut ‘cesaret’ panosunda da fotoğraflarını sergiliyoruz” dedi. Bu uygulamanın çocuk hastalarla iletişim kurmada ciddi yardımlarının olduğunu ifade eden Derge, çocukların da bu uygulama sayesinde artık korkmadan diş tedavilerini yapabildiklerini sözlerine ekledi…Öğrenciler Diş Taramasından Geçti…Özel Van Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği'ne öğretmenleri ile birlikte gelen öğrenciler, doktorlardan yapılan çalışmalar hakkında bilgi alarak diş taramasından geçirildi…Özel Van Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği'ne öğretmenleri ile birlikte gelen öğrenciler, doktorlardan yapılan çalışmalar hakkında bilgi alarak diş taramasından geçirildi. Özel Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği olarak vatandaşlara hizmetin en iyisini verebilme amacında olduklarını belirten işletme müdürü Şahin Derge, "Bugün burada özel bir kolejde okuyan lise öğrencilerimizi kabul ettik. Öğrencilerimize diş hekimliğinin ve diş asistanlığının nasıl bir meslek olduğu hakkında bilgiler verdik. Bunun yanında doktorlarımız tarafından öğrencilerimize dişlerin nasıl fırçalandığı, sağlıklı dişlere sahip olmak için nelerin yapılması gerektiği konularında gerekli bilgiler sunuldu. Daha sonra ağız ve diş taramasından geçirilen öğrencilere, dişlerinin durumu hakkında notların yazıldığı 'diş karneleri' verildi" dedi…Hüma Hatun Kız Teknik ve Meslek Lisesi…Özel*[*Van*](http://www.milliyet.com.tr/van/)*Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği, tarafından Hüma Hatun Kız Teknik ve Meslek Lisesi öğrencilerine diş taraması yapıldı.
Özel Van Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi’ne öğretmenleri ile birlikte gelen öğrenciler, poliklinikleri gezerek, doktorlardan yapılan çalışmalar hakkında bilgi aldı. Daha sonra diş taramasından geçen öğrencilere, diş karneleri verildi. Burada bir açıklamada bulunan Özel Van Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Müdürü Şahin Derge, amaçlarının vatandaşlara hizmetin en iyisini verebilmek olduğunu belirterek, “Amacımız koruyucu diş hekimliğini Van’da hayata geçirmek, diş kayıplara uğramadan daha önce sıklıkla yapmalarını sağlamaktır. Bu kapsamda diğer kurumlarla da çalışmalarımız devam etmektedir”dedi. Hüma Hatun Kız Teknik ve Meslek Lisesi öğretmenlerinden Abdulmecit Alper ise, diş taraması ve sonraki zamanlarda dişlerde oluşabilecek herhangi bir*[*sağlık*](http://saglik.milliyet.com.tr/)*sorununa karşı önceden tedbir amaçlı bir projenin hazırlandığını belirterek, “Bu gün 30 öğrencimizle geldik. Yarında yine 30 öğrencimiz bu proje çerçevesinde polikliniğimize gelecek. Ben bizleri kırmayıp, burada ağırladığı için Özel Van Dünya Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Müdürü Şahin Derge ve poliklinikte çalışan herkese teşekkür ediyorum” ifadelerini kullandı. Öte yandan öğrenciler ise diş sağlığı ile ilgili önemli bilgiler edindiklerini ve bu bilgiler doğrultusunda dişlerine daha da önem göstereceklerini söylediler…”,* ifadelerine yer verildiği; Ayrıca kuruluşa ait [www.facebook.com/vandunyadis/](http://www.facebook.com/vandunyadis/) adresli internet sitesinde; Hasta öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği, Kuruluşun sunduğu hizmetler hakkında fiyat bilgisi verilerek yapılan kampanyaların tanıtımlarının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- 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 **Van Dünya Sağlık Hizm. Ağız Ve Diş Sağlığı Medikal İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2015/826**

**Şikayet Edilen:** **Yeşilköy Sağ. Hizm.ve Med.Ürünler A.Ş. (Dent Of Dent Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 20.11.2015 tarihli görünümünde; “Kampanyalar” başlığı altında; *“SIFIR FAİZLİ VE "MASRAFSIZ" KREDİ İMKANI "SIFIR" FAİZLİ VE "MASRAFSIZ" KREDİ İMKANI… Bankalarla yapılan anlaşma kapsamında, yüksek maliyetli tedavilerde hiçbir dosya masrafı ve faiz ödemeden 12 ay taksitle kredi kullandırabiliyoruz. Sizler kliniğimizde muayenenizi olurken kredinizin tüm işlemlerini biz hallediyoruz. Sadece kimliğiniz yeterli.Ücretsiz Ağız "Check Up"…2015 yılı sonuna kadar Ağız Diş check up ücretsiz olarak yapılacaktır. Bu kapsamda: Panoromik Röntgen, Uzman Hekim Muayenesi, Vitalite Testi ve Oral Hijyen Eğitimi verilmektedir.Sağlıklı ve huzurlu günler dileriz. İMPLANT 505 EURO…01.07.2015 TARİHİNE KADAR İMPLANT 505 EURO DAN UYGULANACAKTIR. UYGULANAN İMPLANT ÖMÜR BOYU GARANTİLİDİR. YAZA GİRERKEN LAZER DİŞ BEYAZLATMA 2 KİŞİ 750 TL…TÜRKİYE'NİN HİÇBİR YERİNDE BULAMAYACAĞINIZ MUHTEŞEM BİR FİYAT. OPALESCENCE BOOST PF / Profesyonel Beyazlatma sistemi ve Lazeri ile aynı gün içerisinde uygulanacak 20'şer dakikalık 2 seansta dişleriniz bembeyaz ve pırıl pırıl olacaktır. Detaylı bilgi için* [*http://www.dentofdent.com.tr/DisBeyazlatma.aspx*](http://www.dentofdent.com.tr/DisBeyazlatma.aspx) *...”,*“Haberler”başlığı altında; ”*AKBANK KREDİ KARTLARINA 9 AYA KADAR TAKSİT İMKANI…TÜM TEDAVİLERDE AKBANK KREDİ KARTLARINA 12 AYA KADAR TAKSİT YAPMA İMKANI SAĞLANMIŞTIR.SAĞLIKLI GÜNLER DİLERİZ...SIFIR FAİZLİ VE MASRAFSIZ KREDİ İMKANI…YÜKSEK MALİYETLİ TEDAVİLER…ARTIK BÜTÇENİZİ SARSMAYACAK!!!Bankalarla yapılan anlaşma kapsamında, yüksek maliyetli tedavilerde hiçbir dosya masrafı ve faiz ödemeden 12 ay taksitle kredi kullandırabiliyoruz. Sizler kliniğimizde muayenenizi olurken kredinizin tüm işlemlerini biz yapıyoruz. Sadece kimliğiniz yeterli…Ortodonti Tedavisi artık çok daha kolay…Eski braketleri bir kenara bırakın…Ortodontide bir devrim!..Invisalign yöntemi ile artık diş yapılarındaki bozuklukların tedavisi çok daha konforlu ve kolay yapılabilmektedir…ANA OKULLARINA DİŞ TARAMALARIMIZ DEVAM EDİYOR!..KÜÇÜK DOSTLARIMIZ EMİN ELLERDE…ONLARIN SAĞLIĞI HER ŞEYDEN DAHA ÖNEMLİ!..Bakırköy, Florya, Yeşilköy ve Yeşilyurt'civarında bulunan tüm Ana Okulları'nın gönüllü diş hekimleriyiz:) Sosyal Sorumluluk bilinci ile tüm çevre okullardaki çocuklarımızın taramalarını 2 yıl içerisinde tamamlamayı hedefliyoruz…DİŞ ÇÜRÜĞÜ AKTİVİTE TESTİ…HAMİLELER DİKKAT!..GELİŞME ÇAĞINDAKİ ÇOCUKLAR DİKKAT!..Çok basit bir yöntemle yaptırabileceğiniz Diş Çürüğü Aktivite Testi ile ağzınızın çürük oluşturma potansiyelini çok önceden bilebiliyoruz. Bu sayede, daha oluşmadan çürüklerin önüne geçmiş oluyoruz. Özellikle hamileler veya hamilelik düşünen hanımlar ve sürekli glükoz şurubu ağırlıklı gıdalarla (çikolata bisküvi vs) beslenen çocuklarımız mutlaka diş çürüğü aktivite testi yaptırmalıdır…SEDASAYON (SERSEMLEME)HAFİF SERSEMLİK BAZEN ÇOK İYİDİR :)…2014 Yılı itibari İle Acıbadem ve Ataköy Hastaneleri itibari ile yapmış olduğumuz protokoller neticesinde artık SEDASYON isteyen hastalarımıza buralarda hizmet verebileceğiz…GENEL ANESTEZİ İMKANI…DİŞ HEKİMİ FOBİSİNE SON…2014 Yılı itibari İle Acıbadem ve Ataköy Hastaneleri itibari ile yapmış olduğumuz protokoller neticesinde artık GENEL ANESTEZİ isteyen hastalarımıza buralarda hizmet verebileceğiz…ESTETİK DİŞ HEKİMLİĞİ…GÜLÜŞÜNÜZÜ TASARLIYORUZ!..Çürük dişler, aşınmış dişler, renkleşmiş dişler, şekil bozuklukları, küçük- kısa dişler, kırık dişler, aralıklı dişler, çapraşık dişler, kapanış bozukluğu, konum bozuklukları ve simetri bozuklukları gülüşümüzü önemli ölçüde etkileyebilir. Bu sorunların çözülmesi kişinin sağlıklı ve estetik dişlere kavuşmasını sağlar. Estetik Tedavi uygulamaları Ortodontik Tedavi, Beyazlatma, Kompozit (Beyaz ışılı dolgu) uygulamaları, Porselen Lamina, Zirkonyum, Lazer ile yapılan uygulamalar ve İmplant tedavilerini içerir…DENTAL VOLÜMETRİK TOMOGRAFİ CİHAZI…AĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI GÖRÜNTÜLEMEDE SON NOKTA…VDT, hastalarımızı konvansiyonel tomografi cihazlarının 1/10’u oranında bir radyasyonuna tabi tutar iken, çene bölgesinde tam ve kusursuz bir görüntüleme imkanı sağlamaktadır. Ayrıca yumuşak ve sert doku yoğunluk analizi yapılabilmekte bu sayede tüm cerrahi operasyonlar kesin ve sorunsuz olarak gerçekleşebilmektedir…”,“*Hakkımızda*”* başlığı altında; “*Kurulduğu günden bu güne birçok ilklerin ve başarıların merkezinde olan kliniğimiz, halen “Tüm Branşlarda” profesyonel hekim kadrosu ve teknolojinin en son ürünü olan medikal ekipmanları ile hizmet vermeye devam etmektedir. Merkezi yönetim sistemi ile hizmet kalitesini her zaman en üst seviyelerde tutan kliniğimizde, geçen 2 yıllık süre zarfında 10.000’in üzerinde hastanın tedavisi başarıyla tamamlanmıştır. Halen ağız ve diş sağlığı alanına giren tüm branşlarda 8 Uzman Hekim ile haftanın her günü 09:00-22:30 saatleri arasında hizmet vermeye devam etmekteyiz. Ülkemizde çok sınırlı sayıdaki kliniğin envanterinde bulunan, özellikle Çene Cerrahisi ve Estetik Diş Hekimliği uygulamalarının görüntülemesinde gelinen son nokta olan “Volümetrik Dental Tomografi Cihazı”mız ile ağız içerisinde 3 boyutlu tam ve net olarak renkli görüntü alma imkânına sahip olmaktayız. Bu sayede Ortodonti, Periodontoloji, Protezler ve Implantlar gibi işlemler sıfır sorun ile yapılabilmektedir. Amacımız tüm hastalarımıza kesin ve kalıcı çözümler sağlamaktır…”,“Kalite Politikamız” başlığı altında; “Kliniğimizde Avrupa Birliği Normlarında Hijyen kurallarını uygulanmaktadır. Tüm hizmet ve tedavilerde ulusal ve uluslararası standartlara uyulmaktadır. “Hasta Hakları” ve “Etik İlkeler” her zaman ön planda tutulmaktadır. Müşteri memnuniyeti ve “Bilgilerin Gizliği” en üst seviyede uygulanmaktadır. Tedavi sonrası takipler ve hizmetler sistemden yazılımsal olarak takip edilmektedir. Ağız ve diş sağlığı hizmetini, güncel teknoloji ile bilimsel temelli üretmektedir. Bu alanda çıkan tüm yenilik ve dünyadaki gelişmeler yakinen takip edilip uygulanmaktadır. Çalışanlarımız rutin eğitim ve bilgilendirme süreçlerinden geçmektedir. Tüm tedavi süreçlerimizde çevre, iş sağlığı ve güvenliği ve hijyene azami özen gösterilmektedir…”,* Kuruluşun verdiği hizmetlerin tanıtımlarında;​“*Sizin sağlığınız, bizim hedefimiz...Hayalinizdeki dişlere kavuşmak için...”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu; bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşa yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

- TıbbiDeontoloji Nizamnamesi’nin 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- 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 **Yeşilköy Sağ. Hizm. ve Med. Ürünler A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2015/563**

**Şikayet Edilen:** **Sami Tan SARIGÜL (Klinik Son Nokta)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.facebook.com/kliniksonnokta](http://www.facebook.com/kliniksonnokta) adresli internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde; “*Terleme sorununuz koltuk altı botoksu ile sadece 10 dakikada tarih oluyor!..Lazer epilasyon: yaz aylarında bile güvenle uygulanabilen,son sistem,güvenilir,hızlı (saniyede 10 atış) ve etkili "ütüleme diod" lazer,aleksandrite+NdYag(blended)lazer(Kılcal damar tedavisi)… Coax RF (kavitasyon+radiofrekans) ile zayıflama ve bölgesel biçimlendirme..45 günde 6-8 kg yağ kaybı…”* şeklinde ifadelere yer verildiği, [www.clinicsonnokta.com](http://www.clinicsonnokta.com) adresli internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde; “Selülit tedavisi” ve “ Akne tedavisi” başlıkları altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “Selülit tedavisi” başlığı altında; “*VelaShape ile Selülitlere ve Sarkmalara Elveda…”* ifadelerine yer verildiği, “Akne tedavisi” başlığı altında; *“Aknelere, yaralara, siyah noktalara ve lekelere gebe, tahriş olmuş, sağlıksız ve cansız bir cilde sahip olmak çok yaygın ve rahatsız edici bir sorun olmakla birlikte, kişinin güzelliğinin ortaya çıkmasını engellemekte ve hoş olmayan bir yüz görünümüne neden olmaktadır. En kaliteli ve en gelişmiş cilt bakımı teknolojilerini ve ürünlerini kullanarak bu tür cilt problemleri artık tarih oluyor. Eğer sizde cilt problemlerinizden sonsuza kadar kurtulmak ve çok daha sağlıklı, genç ve güzel bir yüze kavuşmak istiyorsanız sizlere profösyonel cilt bakımını öneriyoruz.”* ifadelerine yer verildiği, “Lazer epilasyon” başlığı altında; “ *Yaz aylarında bile en koyu tenlerde uygulanabilen, dünyanın en gelişmiş, en son teknoloji, diğer lazer epilasyonlarına göre daha acısız ve aynı zamanda da en hızlı epilasyon cihazı "ÜTÜLEME SİSTEMLİ" Diode Lazer ve Aleksandrite + Nd:YAG (blended) lazer teknolojisi artık Bahçeşehir Klinik Son Nokta'da! Lazer epilasyon bugüne kadar acılı ve ağrılıydı ancak bu muhteşem sistem uygulama bölgenize masaj yapılıyormuş hissi verecek kadar konforlu! Saniyede 10 atış yapabilen, tüm vücudu 60-90 dakika gibi inanılmaz bir sürede bitirebilen günümüzün bu en hızlı ve güvenli epilasyon cihazıyla, ağrı ve sızı olmaksızın istenmeyen tüylerinizden kolayca kurtulabilirsiniz. Birçok lazer cihazına oranla bu son teknoloji cihaz, daha uzun dalga boyu kullandığından, sadece kılın gövdesini değil kökünü de tahrip eder. Dahası, aleksandre lazerin bile göremediği ince ve ayva tüylerde daha etkilidir. Uygulamalar kontakt soğutucusundan ve hızlı atış sisteminden dolayı acısız ve konforludur. Uygulama aralıkları ortalama 6 haftadır. O kadar etkilidirki bir çok bölge yaklaşık 6-7 seansta bitmektedir. Sizde günümüzün bu son teknoloji lazer epilasyon sistemiyle istenmeyen tüylerinizden hem hızlı, hem güvenli hem de kalıcı bir şekilde kurtulmak istiyorsanız, sizi Bahçeşehir'de, Klinik Son Nokta Estetik ve Güzellik Merkezi'ne bekliyoruz.”* ifadelerine yer verildiği,“Kavitasyon” başlığı altında; *“Aqualyx ile Bölgesel Zayıflamada Devrim - Türkiye'de ilk Defa Sadece Klinik Son Nokta'da! Devrim niteliğindeki yeni Aqualyx uygulaması ile artık tüm sorunlu bölgeleriniz tarihe karışıyor. Üstelik sadece 1-2 Seansta ve tamamen ağrısız!..”* 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;

- 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 **Sami Tan SARIGÜL** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2015/632**

**Şikayet Edilen:** **Faik PEKYILMAZ (Özel Ankara Lazer Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.facebook.com/ozelankaralifepoliklinigi](http://www.facebook.com/ozelankaralifepoliklinigi) adresli internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde; “*Değerlendirmeler*” başlığı altında kuruluşunuzu övücü ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, “*Yılbaşına kadar botox ve dolguda %20 indirim kampanyası…PRP ile cilt güzelliğinizi arttırın…Lazer epilasyon ile kıllarınızı kalıcı olarak yok ediyoruz…Sizin memnuniyetiniz bizim için önemli…”* gibi ifadelere yer verildiği, Kuruluşunuzun [www.ankaralazer.com](http://www.ankaralazer.com) adresli internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde; “*Lazer Epilasyon*” başlığı altında; ”*Lazer epilasyon için teknolojik çözümler…”,”Lazerle skar tedavisi” başlığı altında; ”Yara izi,kesi izi,ameliyat izi gibi istemediğiniz izlerinize lazer ve PRP gibi teknolojik çözümler sunuyoruz…”,”Terleme tedavisi”* başlığı altında; *”Aşırı terleme sorununuzu botox ile tedavi ediyoruz…”,”Kılcal damar tedavisi” başlığı altında; “LAZERLE TEDAVİNİN ÜSTÜNLÜKLERİ… Kılcal damarlara yönelik lazerler tedavide birçok tıbbi teknolojik avantajlara sahip…”,“Leke Tedavisi”* başlığı altında; *”Lekelerinizi en yeni teknolojiler ile tedavi ediyoruz…”* ifadelerine ve aynı başlık altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “*Hasta Görüşleri*” başlığı altında kuruluşunuzu övücü ve talep yaratıcı ifadelere yer verildiği, “*Hakkımızda*” başlığı altında; *“…İsmimiz, Sağlık bakanlığının yönetmeliklerine uygun olarak Güzellik Merkezinden Polikliniğe dönüşmüştür. İsmimiz değişse de çalışma şeklimiz hiç değişmedi, her zaman teknolojileri tüm yeniliklerini takip ederek, en yeni cihazlarla dermatolojinin tüm alanlarında hizmet verdik. En büyük başarımız, hastalarımızın her zaman dürüst çalışmamızı takdir etmesidir…2004 yılından bu yana Özel Ankaralife (Ankaralazer) Polikliniğinde; lazer epilasyon, lazerle cilt tedavileri, botox, dolgu, leke tedavileri ağırlıklı olmak üzere kozmetik dermatoloji alanda çalışmaktadır. Bu alanda yurt içi ve yurt dışı çok sayıda eğitim ve kongrelere konuşmacı ve katılımcı olarak katılmıştır…”* 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;

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

**29)**

**Dosya No: 2015/512**

**Şikayet Edilen:** **Bahar YARGI (Sılam Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.silamguzellik.com](http://www.silamguzellik.com) adresli internet sitesinin 25.11.2015 tarihli görünümünde; Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“IPL Lazer Epilasyon, iğneli epilasyon, kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımlarının yapıldığı, ayrıca “Kavitasyon” başlığı altında; *“Çağan Güzellikte Mucizevi Teknoloji…Bölgesel yağlanmaya çözüm getirmek için geliştirilen “kavitasyon” teknolojisi Türkiye’de Çağan Güzellik ’de…”* gibiifadeler ile kuruluşunuzun yetkisi alanında bulunmayan, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik tanıtımlara yer verildiği, Kuruluşunuzun “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermesine rağmen, “Hakkımızda” başlığı altında; *“Herşey Unutulur ama güzelliğiniz asla!..Temel ilkesi, en kaliteli ürün ve en iyi hizmet olan Çağan Güzellik Merkezi…”* ifadesinin kullanıldığı; “IPL Lazer epilasyon” başlığı altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, www.sehrikeyif.com adresli internet sitesinin 25.11.2015 tarihli görünümünde;*“Sılam Güzellik Salonu'ndan 32 seanslık zayıflama paketi… Fazla kilolarınızla başınız dertte mi?Sılam Güzellik Salonu, modern zayıflama yöntemleriyle tanışmanız için size eşsiz bir fırsat sunuyor!Son teknoloji ürünü mükemmel yöntemlerle hızlı bir şekilde, zahmetsizce zayıflayın!Program İçeriği;8 seans radyofrekans (1 seansı 10 dakika) 8 seans* ***kavitasyon*** *(1 seansı 5 dakika) 8 seans lenf drenaj (1 seansı 30 dakika) 8 seans pasif jimlastik (1 seans 10 dakia)… Sılam Güzellik Salonu'nun uzman kadrosu ve kaliteli hizmetleri ile ideal ölçülerinize kavuşmanın ayrıcalığını yaşayın! Siz de kendinize ve sevdiklerinize bir güzellik yapın ve Sılam Güzellik Salonu'nun size sunmuş olduğu bu eşsiz fırsatı kaçırmayın… Muhteşem Zayıflığın Keyfini Çıkarın.Kısa zamanda incecik bir görünüme kavuşmanızı sağlayacak bu eşsiz fırsatı kaçırmayın!İdeal Ölçülerinize Kavuşmaya Hazır Olun.Kilo aldığınızı hissediyor; fakat tartıya çıkmaya korkuyor musunuz?Kısa sürede zayıflayabilmek size hayal mi geliyor?Endişe etmeyin! Sılam Güzellik Salonu'nda, hızlı ve etkin bir şekile ideal ölçülerinize kavuşmanızı sağlayacak eşsiz bir fırsat sizi bekliyor!Klasik yöntemlerin aksine hızlı ve etkili bir sonuç sağlayan modern zayıflama yöntemleri ile tanışmanın tam zamanı!Siz de kısa sürede, zahmetsizce zayıflamanın keyfini yaşayın!..”* ifadelerine yer verildiği, [www.facebook.com](http://www.facebook.com)/caganguzellikmerkezi adresli internet sitesinin 25.11.2015 tarihli görünümünde; *“Tüm vücut lazerde kampanya 10 seans 1000 tl…Bölgesel incelme bölge seçenekli 8 seans kavitasyonda kampanya 40 tl…Lazerde şok kampanya 3 bölge lazer epilasyon 10 seansı 800 tl…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- 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 **Bahar YARGI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2015/1068**

**Şikayet Edilen:** **Nesrin ÖZTÜRK (FORM’ES ESTETİK)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 18.11.2015 tarihli görünümünde; “FORM’ES ESTETİK” olarak isimlendirildiği, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Kimyasal Peeling, Kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, 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;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ğ,7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2015/621**

**Şikayet Edilen:** **Ahsen Demirci Beauty & Wellness**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.ahsendemirci.com.tr](http://www.ahsendemirci.com.tr) adresli internet sitesinin 26.08.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun isminin “Ahsen Demirci Beauty & Wellness” olarak belirtildiği, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Epilasyon, Bölgesel İncelme (Kavitasyon), Ozon Terapi"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, “Hizmetler” başlığı altında *“Ozon Terapi- Oldukça eski bir tedavi şekli olmakla beraber her geçen gün farklı yararlı etkilerinin bulunması onu yeniden güncel hale getirmektedir. Başta Almanya ve İtalya olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinde uygulanan ozon terapi son yıllarda rağbet gören uygulamalardan biridir. Faydaları, İmmun sistemin güçlenmesi, Kan dolaşımının artması, Yeni hücre yapımı, Detoks etkisi, Antimikrobik etki, Ağrı gidericilik olarak sıralanabilir.”, “Epilasyon - Epilasyonda amaç, kıl üretimini yapan kök hücreyi yok etmektir. kök hücre kıl folikülünün en altında bulunur ve anagen evre denilen dönem boyunca kıl üretimi yapar. Kıl folikülünün evreleri lazer destekli kalıcı epilasyon başarısı için hayati öneme sahiptir. Çünkü yalnızca anogen evredeyken uygulanan kıl kökü hücresini tahrip ederek kalıcı epilasyon sağlamaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, “Zayıflama” bölümünde hasta görüntülerinin bulunduğu bir videoya 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;

- 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 **Ahsen Demirci Beauty & Wellness** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2015/791**

**Şikayet Edilen:** **İstanbul Güzellik ve Estetik Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.](http://www.ahsendemirci.com.tr)grupanya.com adresli internet sitesinin 19.06.2015 tarihli görünümünde; Kuruluşun isminin *“İstanbul Güzellik ve Estetik 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;

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

**33)**

**Dosya No: 2015/1590**

**Şikayet Edilen: Ostim Ağız ve Diş Sağlığı İnş. Oto. Gıda İmal. İç Dış Tic. Ltd. Şti. (Dentostim Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:**  [www.dentostim.com](http://www.dentostim.com) ve [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitelerinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2015, 01.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Dentostim Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği tarafından [www.dentostim.com](http://www.dentostim.com) ve [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitelerinde talep yaratıcı biçimde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dentostim.com](http://www.dentostim.com) adresli internet sitesinin 30.11.2015 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“Ankara, Ostim ‘de bulunan kliniğimizde muayene olabilir, Aklınızdaki tüm soruların cevabını bulabilirsiniz. Diş ve Diş Eti rahatsızlıklarınız, Diş İmplantı ve Porselen Kaplama ile ilgili tüm sorularınız uzman doktorlarımız tarafından cevaplanmaktadır.* “Hakkımızda” bölümünde; *“Dentostim Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği; 2013 yılında kurulmuştur. Kliniğimizde Diş Hekimliği’nin tüm tedavi hizmetleri verilmektedir. Ağız ve diş sağlığı tedavileri, tüm uzmanlık dallarında, uluslararası standartlara uygunluğu onaylanmış yöntemlerle, her kesimine sunulmaktadır. Bünyesinde; implantoloji, oral diagnoz, periodontoloji, ortodonti, pedodonti, endodonti, protez, çene cerrahisi, radyoloji, ve acil diş hekimliğini bulunduran Modern Klinik; deneyimli personeli ve güler yüzlü hizmet anlayışıyla, hasta memnuniyetini birincil amaç olarak görmektedir. Vizyon; DENTOSTİM; bilimsel, vicdani ve etik ilkelerden asla ödün vermeden, insanlık onuruna saygılı, açık, dürüst, güvenilir ve en yüksek kalitede ağız ve diş sağlığı hizmeti sunmaya kararlıdır. DENTOSTİM; hekimleri ve personeli, yaptığı işin insanlık için anlamını, önemini ve kutsallığını her zaman ön planda tutacaktır. DENTOSTİM; gelecekte, yaptığı iyi şeylerle anılan, topluma karşı sorumluluğunun bilincinde, diş hekimliği mesleğine katkı sunmak için sürekli kendini geliştirip yenileyen bir kurum olmaya kararlıdır. DENTOSTİM; hasta memnuniyetini merkeze alan hizmet anlayışıyla yalnızca ülkemizde değil tüm dünyada referans kabul edilen, saygın bir ağız ve diş sağlığı olmaya adaydır. Misyon; Bilimsel, vicdani ve etik ilkelerden ödün vermeden; meslek ilke ve ahlakına bağlı; açık, dürüst ve güvenilir bir tanı ve tedavi hizmeti sunmak. Ağız ve diş sağlığı ile ilgili her türlü bilimsel gelişme ve uygulamayı takip eden, uluslararası düzeyde referans merkezi olmak. Ağız ve diş sağlığı alanında ki her türlü teknolojik, yenilik ve gelişmeden hastalarımızı faydalandırmak. Sürekli eğitim, ölçme ve iyileştirme yöntemlerini kullanarak devamlı gelişmeyi ve yenilemeyi sağlayan bir yönetim, işletim sistemi örneği vermek. Hastaların ve çalışanların memnuniyetine odaklı, yüksek kalitede ağız ve diş sağlığı hizmeti sunmak. Toplumumuzun ağız ve diş sağlığı bilincinin artmasına katkıda bulunan bir klinik olmak. Bu alanda, her türlü iyileştirici sosyal çabayı elimizden geldiğince desteklemek. Değerlerimiz: Dürüstlük, Kalite, Kalıcı Güven, Mutlidisipliner, İlgi ve Güleryüz, Hoşgörü, Etik kurallara bağlı, Topluma, çevreye, hasta ve yakınlarına saygılı, Paylaşımcı.”* “Tedaviler” bölümünde; *“Sizin için ne yapabiliriz”* başlığı altında; *“Modern kliniğimizde uyguladığımız tedavilerden bazıları;…”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla reklam yayınlandığı ve söz konusu reklamlarda; *“Size Uygun Fiyatlarla Ankara’da En Uygun İmplant! Uzman Kadro. Hemen Randevu Alın...”* ifadelerine yer verildiği,

Tüm bu tanıtımların talep yaratıcı ve yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25/1, 25/2, 25/3, 25/4 ve 25/5 inci maddeleri,

- 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 **Ostim Ağız ve Diş Sağlığı İnş. Oto. Gıda İmal. İç Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2015/1593**

**Şikayet Edilen: Eryadent Medikal Ağız ve Diş Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Eryaman Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“*Özel Eryaman Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği” tarafından [www.eryadent.com](http://www.eryadent.com) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitelerinde talep yaratıcı biçimde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.eryadent.com](http://www.eryadent.com) adresli internet sitesinin 02.12.2015 tarihli görünümünde;

“Kurumsal” bölümünde; *“Sizlere en iyi, en kaliteli hizmeti vermek için çalışıyoruz.”.* “İmplant Tedavisi” bölümünde; *“****Tam hayal ettiğiniz gibi...*** *Hastalarımızın ve yakınlarının güvenliğini sağlamayı en önemli önceliğimiz olarak ele alıyoruz. Olası riskleri önceden belirleyerek hasta ve yakınlarının güven içinde sağlık bakım hizmetini almaları için çalışıyoruz.”* ifadelerine yer verildiği,

“Periodontoloji” bölümünde, toplumu endişeye sevk edici biçimde; hastalık görüntüsüne yer verildiği,

[www.facebook.com/eryadent/](http://www.facebook.com/eryadent/) adresli internet sitesinin 02.12.2015 tarihli görünümünde;

*“Eryadent olarak tutkumuz ağız ve diş sağlığını korumak ve tedavi etmektir. Bu tutkumuzu hayata geçirirken en ileri teknolojiyi kullanır ve uluslararası standartlarda hizmet veririz. Amacımız Hastalarımıza her türlü ağız ve diş sağlığını hizmetini sunmak ve her hastamızın kliniğimizden sağlıklı ve gülerek çıkmasını sağlamaktır. Ağız ve diş sağlığında teşhis ve tedavide, kanal tedavisinden protez uygulamalarına, çene cerrahisinden, gülüş tasarımına, çocuk diş sağlığına kadar uzman diş hekimlerimizle hizmet vermekteyiz. Hizmetlerimizi sunarken hastalarımıza samimi, şeffaf ve dürüst davranırız. Mutlu ekibimizle güvenli ve huzurlu bir aile ortamı yaratır, kendimizi hastamızın yerine koyarak düşünürüz. Hasta memnuniyetini her şeyin üzerinde tutar, multi disipliner anlayışla teşhis ve tedaviler sunarız. Hastalarımızı misafirlerimiz olarak görür, önce kalite bilinci ile zamanında ve doğru hizmeti veririz. Hastalarımızın kliniğimizde bulundukları süre diliminde her türlü süreci rahat ve keyifli hale getirmeye çalışırız. Kişiselleştirilmiş hizmetimizden memnun olan ve bizimle devam etmeyi seçen, ağız ve diş sağlıkları en üst seviyede olan, bizi aile ve çevrelerine tavsiye eden hastalarımızın olmasını amaçlarız. Vizyonumuz Eryadent Eryaman Diş Kliniği'ni kendi alanında tanınan bir marka haline getirmektir. SAĞLIKLI GÜLÜŞLER! Sizlere en iyi, en kaliteli hizmeti vermek için çalışıyoruz."* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla reklam yayınlandığı,

Tüm bu tanıtımların talep yaratıcı ve yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25/1, 25/2, 25/3, 25/4 ve 25/5 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-h, 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 **Eryadent Medikal Ağız ve Diş Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti. (Özel Eryaman Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/1591**

**Şikayet Edilen: Özel Hikmet Bozyel Sağlık Estetik Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinik Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Özel Çankaya Hikmet Bozyel Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.implant-dental-turkey.com](http://www.implant-dental-turkey.com) ve www.google.com adresli internet sitelerinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2015, 02.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** *“Özel Çankaya Hikmet Bozyel Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği”* isimli sağlık kuruluşuna ilişkin olarak [www.implant-dental-turkey.com](http://www.implant-dental-turkey.com) ve www.google.com adresli internet sitelerinde talep yaratıcı ifadelerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.implant-dental-turkey.com](http://www.implant-dental-turkey.com) adresli internet sitesinin 01.12.2015 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“20 yıllık tecrübe ve profesyonel bir ekip…”*, “Hakkımızda” bölümünde; *“Kliniğimiz Özel Çankaya Hikmet Bozyel Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği ismiyle, Ankara’nın en merkezi yerlerinden biri olan Çankaya semtinde olup, tüm halkımızın kolayca ulaşabileceği bir noktada hizmet vermektedir. Polikliniğimiz "önce zarar verme " anlayışı ile  kullanıma hazır ameliyathaneleri, oral diagnoz (ağız ve diş muayenesi), periodontoloji (dişeti hastalıkları), endodonti (kanal tedavisi), protez, Ağız-Diş-Çene Cerrahisi, İmplantoloji ve görüntüleme üniteleri ile hastalarına hizmet vermektedir.”,* “Hizmetlerimiz” bölümünde; “Tedavi” başlığı altında; *“…Kanal tedavisinde kullanılan maddelerin değişmesi, yeni kanal tedavi cihazlarının çıkması, mikroskopun kullanılması ile artık çok daha hızlı ve başarılı kanal tedavileri yapabilmekteyiz. Çoğu çekim gereken dişleri bu yöntemlerle hastaya geri kazandırabilmekteyiz.” “*Protez*”* başlığı altında; *“…Porselen dişlerin zaman içinde estetik ve kırılganlık konusunda gelişmeleri ile beraber* ***Zirkonyum ve Empress*** *adını verdiğimiz porselen tipleri ile artık çok daha estetik ve sağlam protezler yapabilmekteyiz. Bununla beraber özellikle hareketli protezleri çoğu kez implantlarla kombine edip daha az hareket eden ve estetik protezler yapabilmekteyiz. Özellikle ön diş estetik çalışmalarda,****Gülüş Tasarımı****adını verdiğimiz yöntemle, bilgisayar ve modeller üzerinde bitim aşamasında dişlerinizin nasıl görüleceğini önceden görebilmektesiniz.…”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla; *“Çene Cerrahisi, İmplant-Porselen ve Zirkon, Diş Beyazlatma. Sağlıklı Dişler ve Güzel Gülüşler…”* başlığı ile reklam yayınlandığı,

Tüm bu tanıtımların talep yaratıcı ve yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25/1, 25/2, 25/3, 25/4 ve 25/5 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2014/653**

**Şikayet Edilen: İTD Güzellik Mrk. Koz. Med. Eğt. Tur. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2015, 19.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşunuza ait **www.futureakademi.com** adresli internet sitesinin **19.08.2015** tarihli görünümlerinde; *“Kavitasyon”* şeklinde doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi bir işlemin tanıtımının yapıldığı,

-**www.grupanya.com** adresli internet sitesinin **01.09.2015** tarihli görünümünde; “*Çankaya Future Akademi’de İstenmeyen Tüylere Mucize Çözüm Getiren Epilasyon Paketi 149 TL’den Başlayan Fiyatlarla!”* şeklinde ve

-**www.sehirfirsati.com** adresli internet sitesinin **01.09.2015** tarihli görünümünde; *“future Akademi’de İstenmeyen Tüylerden Kurtulun! 6 Seanslık Paket 600 TL Yerine 79 TL, 8 Seans 99TL! 6 Ay Geçerli!”* şeklinde tıbbi bir işlem olan lazer epilasyon işlemine yönelik tanıtımların yapıldığı;

-Kuruluşunuzun isminin; **“*Future Akademi*”** olarak belirtildiği, kuruluşunuzun bir güzellik salonu şeklinde faaliyet göstermesi nedeniyle bu ifadenin tüketiciler açısından yanıltıcı nitelikte olduğu;

Tüm bu tanıtımı yapılan işlemlerin, kuruluşunuzun yetkisinde olmayan tıbbi işlemler 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;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, , 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**37)**

**Dosya No: 2015/1261**

**Şikayet Edilen: Dr. Nedim ÖZER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsınıza ait **www.nedimozer.com** adresli internet sitesinin **11.09.2015** tarihli görünümünde, “*Çene-Yüz Deformitelerinin Düzeltilmesi (Ortognatik Cerrahi) Uygulamaları, Dudak-Damak Yarıkları, Ağız-Çene-Yüz Kist-Tümörleri, Ağız-Çene-Yüz Yaralamaları Ve Uygulamaları, Ağız-Çene Yüz Travmaları, Dental İmplant Cerrahisi, Gömülü Diş Cerrahisi”* başlıkları altında hasta öncesi-sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

Tüm bu durumların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, hekimlik mesleğine ticari bir görünüm yükleyen tanıtımlar olarak değerlendirildiği; söz konusu tanıtımların talep yaratıcı ve kuruluşunuza yönlendirme yapan, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açan ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik, hekimlik mesleğine ticari bir görünüm yükleyen tanıtımlar olarak değerlendirildiği; söz konusu tanıtımların talep yaratıcı ve kuruluşunuza yönlendirme yapan, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açan ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1, 8, 24 ve ek 13 üncü maddeleri,

-TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

**-**Sağlık Meslek Mensupları ile Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin;

**-**03/02/2015 tarih ve 29256 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2 7/3, 7/4, 7/5, 7/8, 26 ıncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**GIDA**

**38)**

**Dosya No: 2015/17**

**Şikayet Edilen: Netsis Yazılım Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.krillyagi.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Krill Yağı”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.krillyagi.com](http://www.krillyagi.com) adresli internet sitesinin 27.01.2015 tarihli görünümünde; ***“Kalbinizi Korur. Cardiovascular Health: Journal of the American College of Nutrition dergisinde yayınlanan rapora göre krill yağı kalbe zarar veren enflamasyonları önemli derecede azaltmaktadır… Kan şekeri seviyesini ayarlamanıza destek olur. Krill yağı kan şekeri seviyesini dengelemenize yardımcı olur. Bayanlarda adet öncesi belirtileri azaltır… Zihinsel fonksiyonlarınızı geliştirir… Beyin fonksiyonlarında iyileşme... Hücre çeperini korur... Kanserin ana nedenlerinden olan serbest radikalleri durdurulur ve hücreye ulaştırmaz… Bağışıklık sistemini güçlendirir. Krill yağı, sağlıklı bağışıklık sisteminin sürdürülmesine yardımcı olur. Sağlıklı bir bağışıklık sistemi, vücuttaki hastalıklara karşı daha iyi bir koruma sağlar… Eklem ağrılarını giderir… Krill yağında bulunan güçlü bir antioksidan olan astaksantin in faydaları nelerdir? Astaxanthin'in faydaları: Dayanıklılık ve gücü arttırır. Cildinizdeki yaşlanmayı geciktirir. Stresi azaltır, AMD, Alzheimer, Parkinson, ALS gibi nörolojik-dejeneratif rahatsızlıkları kısıtlamaya yardımcı olur. Antikor üreten hücrelerin sayısını arttırarak bağışıklık sisteminizi güçlendirir. Oksitlenme zararından hücrelerinizi ve mitokondriyal çeperinizi korur. Dil, ağız-içi, kalın bağırsak, idrar torbası, rahim ve göğüs kanseri hücrelerinin oluşumunu engellemeye yardımı olur. Plak oluşumuna neden olan lipid peroksidasyonu engeller, böylece kalp-damar hastalıkları riskini azaltır. Karaciğerdeki yeni ve anormal hücrelerin sayısını azaltır.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürün ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1 ve 42/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4, 26 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Netsis Yazılım 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.

**39)**

**Dosya No: 2015/56**

**Şikayet Edilen: İnova İnteraktif Telemarket Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.novateatox.com.tr](http://www.novateatox.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Nova Teatox Detox Çayı”***adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.novateatox.com.tr](http://www.novateatox.com.tr) adresli internet sitesinin 27.01.2015 tarihli görünümünde; *“Kilo vermek mi istiyorsun? Detox çayı zayıflatmaya, yağları yakmaya, metabolizmayı hızlandırmaya, ödemi ve toksinleri atmaya, enerji vermeye, iştahı kapatmaya yardımcı olur… Teatox ile detox programına başladığınızda, vücuttaki toksinlerinizi atıp, metabolizmanızı hızlandırıp, zayıflama sürecinizi hızlandırabilirsiniz. Sabah Detoksu: Metabolizmayı hızlandırma. Enerji verir. Yağ yakıcı. İştahınızı kapatır. Anti Oksidan. Akşam Detoksu: Boşaltımı hızlandırma. Ödemi atar. Şişkinliği azaltır. Toksinleri atar… İçindekiler: Gündüz Detoks Çayı… Oolong Çayı: … Kan şekerini dengeler, toksinlerin atılmasını sağlar, kolesterolü düşürür. Mate Çayı: Metabolizmayı hızlandırır. Canlılık verir. Kalbi güçlendirir. Sindirime yardımcı olur. İdrar söktürücüdür. Zencefil: Mideyi düzenler, mide bulantılarını giderir, kalp ritmini düzenler, solunum yollarını açar… Karahindiba Çayı: Kanı ve böbrekleri temizler, idrar söktürücü özelliği vardır, karaciğer için son derece faydalıdır. Limon: Sindirime yardımcı olur. Bağırsakları temizler, karaciğeri temizler, yüksek tansiyona iyi gelir. Gotu Kola: Ülsere iyi gelir, stres ve yorgunluğa iyi gelir, kan damarlarının duvarlarını güçlendirir. Isırgan Otu: İdrar söktürücüdür, sindirimi düzenler, karaciğeri ve böbrekleri temizler, bağışıklık sistemini güçlendirir. Kafein: Enerjiyi yükseltir ve daha fazla kalori yakmaya yardımcıdır. Kas koordinasyonunu ve gücü artırır… Gece Detox Çayı… Nane Yaprağı: Gaz gidericidir, hazımsızlığı giderir, antioksidan etkisi vardır. Çemen Otu: Kolesterolü düşürür, sindirim sistemini çalıştırır, kan şekerini düzenlemeye yardımcıdır. Meyan Kökü: Kilo kaybını hızlandırır, susuzluğu giderir, hazımsızlığı giderir, gribe iyi gelir. Dulavrat Otu: bedeni güçlendirir, terleticidir. Sindirim ve safra salgılarını artırarak sindirimi kolaylaştırır. Sinameki Çayı: İştahı kaptır, diyet yapanlara yardımcı olur, bağırsağı temizler, kabızlığı giderir, şişliği alır. Alıç Yaprağı: Kan dolaşımını düzenler, yüksek tansiyonu düşürür, kalp krizi riskini azaltır, sakinleştirici etkisi vardır…”*şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/1 ve 42/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4, 26 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **İnova İnteraktif Telemarket Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2015/682**

**Şikayet Edilen: Tahsin Murat BAYDUR- Almira Kozmetik**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fat-blocksiparis.com](http://www.fat-blocksiparis.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Fat-Block”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fatblock-siparis.com](http://www.fatblock-siparis.com) adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde; ***“Dr. Aytuğ Kolankaya- Fazla kiloları vermeye yardımcı Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın!.. Kilo hesabı da kalori hesabı da bitmez. Yağları kendine çeken formül, Fazla kiloları azaltmaya yardımcı. Diyete gerek yoktur… Vücuttaki yağların atılmasına yardımcı formül. Bölgesel yağlanmalar, fazla kilolar. Kadınların ve erkeklerin temel sorunu olan kilo problemine Fat-Block yetişiyor… Hiçbir ürüne benzemeyen içeriği ve bildiğiniz yöntemlerden farklı olarak üretilen Fat-Block’un temel çalışma prensibi yağ bağlayıcı olarak görev almasıdır. Yapılan testler sonucunda içerisindeki Captoglicolipid'in yağ tutma kapasitesi özelliği Belçika Prodigest Laboratuvarları’nda kanıtlanmıştır. Vücudunuzdaki yağların kana karışmadan atılmasına yardımcı olduğu için kilo kontrolüne destektir.”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan ürünün obezite ve ilintili hastalıkları önleme endikasyonu ile piyasaya sunulduğu,

Ancak, Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, ürünün etki mekanizması ile ilgili çelişki ifadelerin varlığı, etki mekanizmasının fiziksel olduğuna dair bilgiler ve obezite ve ilintili hastalıkları önleme açısından destekleyici yayınların yetersiz olması nedenleriyle **“*güvensiz”***olarak kabul edilen ilgili ürünün **“*Tıbbi Cihazlar Mevzuatları kapsamında değerlendirilemeyeceği”*** kararına varılarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası(TİTUBB)’nda yer alan tıbbi cihaz kaydının iptal edildiği,

Dolayısıyla, **gıda takviyesi olarak değerlendirilen** ilgili ürün tanıtımlarında yer alan endikasyon belirten ifadelerin yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/2 ve 42/5-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4, 16/3, 26 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tahsin Murat BAYDUR- Almira Kozmetik** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2015/688**

**Şikayet Edilen: Platin Doğrudan Satış Pazarlama ve Reklam San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fatblock.tv](http://www.fatblock.tv) adresli internet sitesinde yer alan ***“Fat-Block”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fatblock.tv](http://www.fatblock.tv) adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde; *“Kilo hesabı da kalori hesabı da bitmez hanımlar. Fazla kiloları vermeye yardımcı Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın!... Fat-Block İfarma tarafından ithal edilen ve Avrupa’da oldukça dikkat çeken bir yağ tutucudur. Etkinliği Prodigest laboratuvarlarında onaylanan Fat-Block yemeklerle alınan yağların %40’a kadarını tutar ve vücuttan dışarı atar. Bu şekilde kilo vermenize destek olur… Dr. Aytuğ’un önerdiği kullanım süresi… Fat-Block daha önce kullandığınız kilo verme ürünlerinden tamamen farklıdır. Eski yöntemlerdeki gibi yorucu diyet listeleri, sürekli kalori hesaplamaları, fazla kilolar yüzünden kendinizi mutsuz hissetmek gibi sorunlara veda edeceksiniz… Fat-Block yağ tutucu Avrupa Birliği 93/42 EEC Kapsamında değerlendirilen güvenlik ve etkinliğe sahip CE Sertifikalı IIA sınıfı bir tıbbi cihaz ürünüdür… Obeziteyi önleyin. Kilonuzu kontrol altına alın. Besinlerdeki, yağlardan uzak durun. Öğün başına 180 kcal bloke eder. Fazla kiloları vermeye yardımcı. Duble Çift katmanlı yağ tutucu.”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan ürünün obezite ve ilintili hastalıkları önleme endikasyonu ile piyasaya sunulduğu,

Ancak, Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, ürünün etki mekanizması ile ilgili çelişki ifadelerin varlığı, etki mekanizmasının fiziksel olduğuna dair bilgiler ve obezite ve ilintili hastalıkları önleme açısından destekleyici yayınların yetersiz olması nedenleriyle **“*güvensiz”***olarak kabul edilen ilgili ürünün **“*Tıbbi Cihazlar Mevzuatları kapsamında değerlendirilemeyeceği”*** kararına varılarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası(TİTUBB)’nda yer alan tıbbi cihaz kaydının iptal edildiği,

Dolayısıyla, **gıda takviyesi olarak değerlendirilen** ilgili ürün tanıtımlarında yer alan endikasyon belirten ifadelerin yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 7/1, 40/1, 42/2 ve 42/5-c maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/4, 16/3, 26 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna **,**

Buna göre, reklam veren **Platin Doğrudan Satış Pazarlama ve Reklam San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2014/1548**

**Şikayet Edilen: Sifar İlaçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Efa Daily”*** isimli ürüne ilişkin olarak [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.facebook.com/newlife/photos/a.315262415189096. 68560.256799271035… URL adresinin 03.02.2015 tarihli görünümünde yer alan, Hamilelikte EFA Daily’nin önemi kitaba taşındı! - Hamilelik ve Emzirme Döneminde EFA Daily başlıklı tanıtımlarda; “... ***Omega-3, anne karnındaki bebeğin doğum ağırlığının artmasını ve erken doğum riskinin engellenmesini desteklemektedir.”*** şeklindeifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan sitede yukarıda belirtilen ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve ilgili mevzuatta müsaade edilen beyanların dışına çıkan sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, 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 inci 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Sifar İlaçları 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.

**43)**

**Dosya No: 2015/1302**

**Şikayet Edilen: Ejzane Medikal Otomotiv Reklam Gıda Bilişim Hizmetleri Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bombax.gen.tr ve [www.bombaxeczane.com](http://www.bombaxsatıs.gen.tr) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Bombax”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 19.06.2015 tarihli [www.bombax.org](http://www.bombax.org) ve [www.bombax.gen.tr](http://www.bombax.gen.tr) adresli internet sitelerinizin görünümünde; “*Protein ve karbonhidratlar sayesinde kilo almanıza yardımcı olur, iştah artırıcı %100 Bitkisel Kilo Aldırıcı. İştah artırıcı bazı besin değerleri sayesinde iştahınızı arttırabilir. Vücudunuzu yormadan tabi ve sağlıklı yollardan kilo almanıza yardımcı olur. Bombax kudret narlı bitkisel karışım kas bölgelerini de geliştirdiği için sporculara da tavsiye edilebilmektedir. Hiçbir yan etkisi olmadığı gibi tamamen protein ve karbonhidrat içeren bir üründür.*” Diğer taraftan, 10.09.2015 tarihli [www.bombaxeczane.com](http://www.bombaxeczane.com) ve [www.bombaxtr.com](http://www.bombaxtr.com) adresli internet sitelerinizin görünümünde; “*Bombax kudret narlı bitkisel karışım metabolizmanızı yormadan kaybettiğiniz enerjiyi geri almanıza yardımcı olmak amacı ile üretilmiş bir üründür. İştah artırıcı bazı besin değerleri sayesinde iştahınızı arttırabilir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mevcut bilgi ve belgeler ışığında söz konusu internet sitelerinin ve bu sitelerde yer alan tanıtımların Ejzane Medikal Otomotiv Reklam Gıda Bilişim Hizmetleri Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketine 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,

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

5/c, 5/ç, 5/d inci 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, 42/2 ve 42/5 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ejzane Medikal Otomotiv Reklam Gıda Bilişim Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2015/1303**

**Şikayet Edilen: Ejzane Medikal Otomotiv Reklam Gıda Bilişim Hizmetleri Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bombax.gen.tr ve [www.bombaxeczane.com](http://www.bombaxsatıs.gen.tr) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Bombax”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 19.06.2015 tarihli [www.bombax.org](http://www.bombax.org) ve [www.bombax.gen.tr](http://www.bombax.gen.tr) adresli internet sitelerinizin görünümünde; “*Protein ve karbonhidratlar sayesinde kilo almanıza yardımcı olur, iştah artırıcı %100 Bitkisel Kilo Aldırıcı. İştah artırıcı bazı besin değerleri sayesinde iştahınızı arttırabilir. Vücudunuzu yormadan tabi ve sağlıklı yollardan kilo almanıza yardımcı olur. Bombax kudret narlı bitkisel karışım kas bölgelerini de geliştirdiği için sporculara da tavsiye edilebilmektedir. Hiçbir yan etkisi olmadığı gibi tamamen protein ve karbonhidrat içeren bir üründür.*” Diğer taraftan, 10.09.2015 tarihli [www.bombaxeczane.com](http://www.bombaxeczane.com) ve [www.bombaxtr.com](http://www.bombaxtr.com) adresli internet sitelerinizin görünümünde; “*Bombax kudret narlı bitkisel karışım metabolizmanızı yormadan kaybettiğiniz enerjiyi geri almanıza yardımcı olmak amacı ile üretilmiş bir üründür. İştah artırıcı bazı besin değerleri sayesinde iştahınızı arttırabilir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mevcut bilgi ve belgeler ışığında söz konusu internet sitelerinin ve bu sitelerde yer alan tanıtımların Ejzane Medikal Otomotiv Reklam Gıda Bilişim Hizmetleri Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketine 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,

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

5/c, 5/ç, 5/d inci 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, 42/2 ve 42/5 nci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ejzane Medikal Otomotiv Reklam Gıda Bilişim Hizmetleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2015/1318**

**Şikayet Edilen: Şahin DİLEK**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ganodermamarket.tr.gg](http://www.ganodermamarket.tr.gg) adresli internet sitesinde yer alan ***“Reishi Mantarı (Ganoderma Lucidum)”*** özü ile hazırlanan kahve çeşitleri ve kapsül tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ganodermamarket.tr.gg](http://www.ganodermamarket.tr.gg) adresli internet sitesinin 11.09.2015 tarihli görünümünde*; “****Reishi Mantarı Nedir? Etkileri Nelerdir:*** *Reishi mantarı Japonya sağlık bakanlığı tarafından kansere karşı tek doğal ilaç olarak kabul edilmiştir. Başlıca faydaları, tüm kanser türlerinde. Kanser çeşitleri, Yaşlanmayı Geciktirir, Saç Dökülmesi. Fiziksel görünüşünüze, bağışıklık sisteminize, beden ve ruh sağlığına, boşaltım sistemi, sinir sistemi, solunum sistemi, HIV / AIDS hastalığı, kan dolaşımı, kas ve kemik sistemi, antibakteriyel, antiviral, antiülser, antialerjik, antidepresan, antioksidant, ağrı kesici, ateş düşürücü, karaciğer, katarakt, obezite, romatizma, nefrit, alzheimer, astım, bronşit, depresyon, epilepsi, hemeroit, hepatit, akciğer koruyucusudur ve birçok hastalığa karşı vücut direnişini artırır…* ***Ganoderma Premium Coffee:*** *Damar açma özelliği, enerji takviyesi, spermlerde çoğalma sağlar. Kapsül’le beraber kullanılırsa vücutta mutluluk hormonları salgılar. Akşamları fazla tüketildiğinde uykuyu kaçırır. Afrodizyak etkisi vardır. Üreme bozukluğu olanlara tavsiye ederiz. Halsizlik bitkinlik yorgunluk unutkanlık stres sorunlarını giderir. Zihni açar. Performansı arttırır. Kısırlıkta sperm ve yumurtaların sayı ve kalitesini arttırır. Kan dolaşımını hızlandırır. Menopoz, antropoz.. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Kan sistemindeki şeker seviyesini dengeler, Oksijen seviyesini arttırır. Metabolik oranı dengeler ve vücudu canlandırır. Sindirim sistemini kuvvetlendirir. Deri rahatsızlıklarını tedavi eder. Egzersiz sırasında enerji ve dayanıklılığı artırır, Cinsel libido artışına yardımcı olur. Kan dolaşımı düzenler…”* Ayrıca sitenin 27.10.2015 tarihli görünümünde; *“****Ganoderma Siyah Coffee:*** *Özellikle şeker hastalarının şeker seviyelerinin dengelenmesinde kullanılır. Vücuda zindelik kazandırır. İnsan beynini rahatlatırken, baş ağrısını da giderir. Diabette Kandaki şeker seviyesini dengeler. Bağırsak ve Karaciğer iltihaplanmalarını önler. …* ***Ganoderma Capsule****: Ganoderma, vücudun genel sağlık ve savunmasının geliştirilmesine, desteklemede yardımcı olur. Vücutla ilgili tüm rahatsızlıklarda kullanılır. Ganoderma vücuda zindelik verir, uyuşukluğu giderir. Özellikle hücrelerin onarımı ve yenilenmesini sağlar. Ganoderma vücuda girdiği zaman kana karışır, hücrelere dağılır ve anında hücrelere etki eder. Cilt ve iç organlarla ilgili (kandaki bir rahatsızlık bile olsa) kan akış hızını arttırıyor ve damarlara elestiklik veriyor. Vücudun her bir tarafında kanı daha sağlıklı şekilde ulaştırırken kana karışarak gittiği organdaki tahribatı önlüyor…  Kemoterapi ve radyoterapi sonrasında oluşan yan etkileri asgari düzeye indirdiği, Tümörlü organın hayatta kalma süresini uzattığı ve başka organlara sıçrama olasılığını azalttığı, Yaşam kalitesini geliştirdiği, Vakanın kendini tekrarlamasını engellediği ortaya çıkmıştır.*” Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan sitede, yukarıda belirtilen ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle **tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu** izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

5/c, 5/ç, 5/d inci 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**46)**

**Dosya No: 2015/1474**

**Şikayet Edilen: MSN Farma İthalat ve İhracat Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vocalzone.com.tr](http://www.vocalzone.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Vocalzone Pastil”*** tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.vocalzone.com.tr**isimli internet sitesinin 26.10.2015 tarihli görünümünde; *“Vocalzone Pastilin Yararları: Ses sanatçılarının, eğitmenler için* ***ses tellerinin dinlendirilmesinde****,* ***ses kısıklığının giderilmesinde, boğaz ağrısının önlenmesinde, nefesin rahatlamasında yardımcı olur****. Vocalzone, dünyada aktif maddesi mür olan tek bitkisel pastil olma özelliğine sahiptir. Mür, mür ağacının kabuğundaki reçineden elde edilmektedir ve* ***iltihap sökücü, ağrı kesici, damar sıkıştırıcı ve antimikrobiyel etkiye sahip tamamen bitkisel bir maddedir****. Mür bin yılı aşkın süredir* ***boğaz ağrıları, iltihaplı dış etleri, bademcik iltihabı ve ağız ülserinin tedavisinde kullanılmaktadır.******Soğuk algınlığı, tıkanıklık veya boğaz ya da ağızda meydana gelen enfeksiyonların yaşanması durumunda artan kan akışı enfeksiyonla savaşmada ve hızlı iyileşmede etkili olur****. Mürün aynı zamanda* ***balgam söktürücü*** *etkisi de mevcuttur. Bu sayede* ***bronşit ve akciğer tıkanıklığı durumlarında mukozanın akmasını sağlar****…* ***Vocalzone Pastilleri ses tellerini dinlendirmede etkili doğal bileşenlerin eşsiz karışımıdır****. İçerisinde hiçbir yapay tatlandırıcı bulundurmayan Vocalzone Paztil, mentol, mür tentürü, nane yağı gibi bileşenleri ile* ***antiseptik, spazmı önleyen, rahatlatan, iltihap söken, acıyı ve ağrıyı dinlendiren bir pastildir****…* ***Vocalzone Pastilleri aşırı şarkı söyleme, konuşma ve sigara içmeden kaynaklanan tahriş olmuş boğazların etkili bir rahatlığa kavuşmasını sağlamak amacıyla formülize edilmiş doğal bileşenlerin eşsiz karışımıdır****…* ***Ürün aynı zamanda çok konuşmaktan kaynaklanan tahrişin giderilmesine yardımcı olur, bu nedenle profesyonel, amatör ya da gönüllü olarak sıklıkla halkın karşısında konuşma yapanlar için biçilmiş kaftandır. Üstelik Vocalzone sigara içmekten ya da soğuk algınlığından kaynaklanan tahriş olmuş boğazlara da iyi gelebilir****… Pastil Vocalzone’un bir diğer etken maddesi olan nane yağı, hem doğu hem de batı kültüründe şifa kaynağı olarak yoğun olarak kullanılmıştır. Haricen uygulandığında* ***kas ağrılarının yanı sıra migren şikâyetlerini de azaltmaktadır****. Diğer uçucu yağlar gibi nane yağı da kolayca emilir ve* ***kasılan ya da kramp giren kaslar ve organlar üzerinde geçici olarak acıyı dindirme etkisi vardır****…”* şeklinde,

Aynı sitenin 14.01.2016 tarihli **“Vocalzone Boğaz Pastili Niçin Bu Kadar Etkili?” ve “Vocalzone boğaz pastili içindeki doğal bileşenler”** başlıklı tanıtımlarda, “***Mentol:*** *Mentol nane bitkisinden elde edilen en önemli yağıdır. Bitkinin* ***ağrı kesici, antiseptik, spazmı önleyen, dekonjestan ve rahatlatıcı etkisi vardır.*** *Mentol aynı zamanda hastalıklara neden olan* ***bakteri mantar ve virüsleri de etkisiz hale getirmektedir.*** *Bir çok soğuk algınlığı ve öksürük ilacının etken maddesidir…* ***Mür Tentürü:*** *Mür özellikle* ***bronş bölgesinde, boğazda, bademciklerde ve diş etlerinde mukozal dokuların sirkülasyonunu sağlar.******İltihap sökücü, antioksidan ve antimiktobiyel*** *olmasından dolayı* ***ağrılı ve şiş dokular için idealdir.******Kanayan diş etleri, diş eti iltihabı, bademcik iltihabı, boğaz ağrısı*** *(streptokokal boğaz ağrısı da dâhil olmak üzere) ve* ***bronşite de iyi gelmektedir****…* ***Nane Yağı:*** *Diğer uçucu yağlar gibi nane yağı da kolayca emilir ve* ***kasılan ya da kramp giren kaslar ve organlar üzerinde geçici olarak acıyı dindirme etkisi vardır…”*** şeklinde ifadelere yer verilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan sitede, yukarıda belirtilen ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle **tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu** izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

5/c, 5/ç, 5/d inci 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**47)**

**Dosya No: 2015/243**

**Şikayet Edilen: Girport Gıda Maddeleri İthalatı Hacı Murat Giritli**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bravoo.com.tr adresli internet sitesinde yer alan ***“Bravo Doğal Afrodizyak”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.02.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bravoo.com.tr](http://www.bravoo.com.tr) adresli internet sitesinin 24.02.2015 tarihli görünümünde **“Bravo Doğal Afrodizyak”** isimli ürüne yönelik; “*Libido ve Seks Gücünüzü Arttırır… Uzun süreli enerjiye ve dayanıklılığa… Yaşam kalitenizi artırmaya… Cinsel arzularınızı geliştirmeye…* ***Sertleşme problemini çözmeye… Cinsel isteksizlik******ve iktidarsızlık sorunlarına çözüm sunmaya… Erken boşalmayı önlemeye… Sperm sayısını******arttırmaya ve sperm kalitesini yükseltmeye… %100 Etkili ve Garantili Bravoo Bitkisel Bir******Üründür.*** *Hiçbir Yan Etkisi Yoktur. Bravoo! Kullanın Artık Sizin de Geceleriniz Erken Bitmesin!* ***İşe Yarayan Tek Afrodizyak Bravoo! ‘dur. Sperm Sayısını ve Kalitesini Bitkisel Yollardan******Arttırmaya Faydalıdır! 5 yıldır her kullanıcı memnun. %100 güvenli ürün… Her yaş******kullanabilir. Yan etkisi yok. Doğal afrodizyak cinsel hayatınızı kontrol altına almanızı******sağlayacak. Tek kullanımda hemen etkisini gösterecek. Bitkisel erkek güçlendirici hap…*** *Daha Sert Yapar ve Performans Arttırır. 1 performansı olan erkekler artık üzülmeye çekinmeye gerek yok Bravoo ile kendinize güveniniz gelecek ve en az sizi 5 ve üstüne çıkartacaktır. Daha mutlu Daha Sert Daha Uzun bir ilişki yaşatacaktır. Bravoo Doğal Afrodizyak ile Erken Boşalmaya Son Çoğu Erkeğin problemi olan erken boşalma kişide kendine güvensizlik partnerinde de hayal kırıklığı yaratır ve sizi gülünç duruma düşürebilir. Sizin için Seçtiğimiz ürünümüz sayesinde Cinsel yaşamınıza en etkili şekilde yeniden kavuşabileceksiniz. Bravoo! Erken boşalmanızı geciktirecektir.* ***Ereksiyon bozukluğundan şikayetçi milyonlarca erkekten biri misiniz? Diğer erkek güçlendirici******hapların cinsel hayatınızı yönlendirmesinden bıktınız mı? Cevabınız evetse, yalnız değilsiniz.******Gerek hastalık, bozukluk veya basitçe yaşlanmadan kaynaklanan nedenlerle ereksiyon******bozukluğu problemi*** *çeken erkekler artık partnerlerinden utanmak veya onlara mazeretler uydurmak zorunda değil. Tek kullanımda hemen etkisini göreceğiniz Bravoo Doğal Afrodizyak sayesinde çözüm bulun. Daha mutlu anlar yaşayın. Bravoo Doğal Afrodizyak formülü tamamen saf doğal içerikler kullanarak hazırlanmıştır. Bu önemli özelliği istenmeyen yan etkiler ve RX erkek cinsel güç artırıcı ürünlerdeki sağlık risklerinden endişe etmeden Bravoo Doğal Afrodizyak gönül rahatlığı ile kullanmanızı sağlar.* ***Bravoo Doğal Afrodizyak piyasadaki tüm******tıbbi ürünlerden daha güvenli olup, daha hızlı ve uzun süreli etkiye sahiptir.*** *Eşler artık yatakta birbirlerine daha içtenlikle sarılabilir. Bununla birlikte, Bravoo Doğal Afrodizyak tamamen doğal olduğundan, sipariş vermek için doktor reçetesine sahip olmanız gerekmez. Bravoo Doğal Afrodizyak erkeklerdeki sertleşme bozuklukları ile mücadele eden benzersiz bitkisel içeriğin araştırmalarla kanıtlanmış karışımını kullanır. Aşağıdaki bitkisel içeriklerin benzersiz bileşimine bir göz atıp ve her bir içeriğin nasıl sertleşme bozuklukları ile mücadele ettiğini ve cinsel performansınızı nasıl artırdığını görün. Epimedium (150 mg)* ***Yüzlerce yıldır******doğal afrodizyak olarak kullanılmaktadır. Erkeklerde sertleşme gücünü artıran ve hem erkek******hem kadında libidoyu yükselten özelliği ile cinsel performansı artırmaya yardımcı olur.*** *Epimedium yada Yin Yang Huo olarak da bilinen Horny Goat Weed'e antik Çin tıp bilgilerinde rastlanır. 2000 yıldır pratisyen hekimlerce kullanılan Horny Goat Weed yüksek yaylalarda yetişen bir bitki olup yapraklarında polysakarid, sterol ve alkali olan magnaflorin içerir. Gingko Biloba (150 mg) Japon Eriği; devamlı dikkat gerektiren ya da yoğun ve stresli işlerde çalışan kişilerin; dikkat, enerji ve performansını artırmak için tavsiye edilmektedir. Stresten ya da yoğun iş temposundan kaynaklanan unutkanlık problemi olan kişiler için doğal bir çözüm olmaktadır.* ***Hafıza ve konsantrasyonu güçlendirir ve aynı zamanda enerji takviyesi de sağlar.*** *Ginkgo Biloba, dünyada yaşayan en eski ağaçlardan biridir.* ***Yapraklarının beyne olan******yararları, öksürüğü ve astım belirtilerini azaltması ve filaria cinsi kıl kurdunun vücuttan******atılması gibi etkilerinden dolayı, geleneksel Çin ve Japon ilaçlarında yüz yıllardır******kullanılıyor. Panax Ginseng (200 mg) Fiziksel dayanıklılığı, vücut direncini, mental******dayanıklılığı ve strese karşı durabilme becerisini artırır. Panax ginseng, organizma üzerinde******genel bir canlandırıcı olarak da ün yapmıştır. Japonya'da Kanazawa Üniversitesinde yapılan******çalışmalarda Panax ginsengin, kanser hücrelerinin büyümesini engellemesinin yanında******normal hücrelere dönüşmesinde de destekleyici olduğu belirtilmiştir.****”* 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 İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b,40/1, 42/1, 42/2, 42/5 maddeleri;

- 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 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Girport Gıda Maddeleri İthalatı Hacı Murat Giritli** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2015/253**

**Şikayet Edilen: Mustafa ÇEBİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.cinselilac.net](http://www.cinselilac.net) adresli internet sitesinde ***“5\*5 Extreme Mncfaith 2 Kapsül ”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: **“5\*5 Extreme Mncfaith 2 Kapsül”** isimli ürüne yönelik olarak [www.cinselilac.net](http://www.cinselilac.net) adresli internet sitesinin 09.01.2015 tarihli görünümünde; “***5\*5 Extreme Mncfaith 2 Kapsül*** *cinsel performans arttırıcı özellikle gayet başarılı sonuçları olan ciddi bir üründür. Bu ürün sayesinde içinizdeki cinselliğe karşı olan soğumaları bir şekilde dışarı atarsınız. Üstelik sadece bu kadarla da kalmaz ve bugüne kadar belkide hiç olmadığınız kadar cinsel performans yüksekliği yaşarsınız.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verilerek, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu, endikasyon belirten ifadeler kullanılarak gıda takviyesi niteliğindeki ürünün tedavi edici, tedaviye yardımcı olucu ve ya ilaç yerine kullanılabileceği ifade edilerektıp 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 mevzuata uygun olmadığı , dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

- 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 maddeleri;

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Mustafa ÇEBİ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamlara durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2015/715**

**Şikayet Edilen: Mustafa ÇEBİ**

**Şikayet Edilen Reklam: 0(212) 909 45 75** numaralı telefondan gönderilen kısa mesajda yer alan ***“Cialis”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** 0 212 909 45 75 numaralı telefondan gönderilen 30.03.2015 tarihli SMS’te *“Eczane sepet Dünyanın 1 numaralı Cinsel Performans Arttırıcı Ereksiyon Hapı Cialis 20 mg 30 Tablet kampanyası kargo dahil geciktirici sprey hediye 69 TL sipariş 0 212 909 45 75”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu SMS’te 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 İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b,40/1, 42/1, 42/2 maddeleri;

- 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 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**50)**

**Dosya No: 2015/1380**

**Şikayet Edilen: Mustafa ÇEBİ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sagliktrendi.com](http://www.sagliktrendi.com) adresli internet sitesinde muhtelif gıda takviyeleri ve kozmetik ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sagliktrendi.com](http://www.sagliktrendi.com) adresli internet sitesinin 22.10.2015 tarihli görünümünde; Meksika **Biber Hapı** adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“****Meksika Biber Hapı****nı bu güne kadar duyduğunuz ve bildiğiniz tüm ürünlerden ayrı bir yere koymalısınız. Şöyle ki bu ürünü düzenli kullanıpta kilo verememek mümkün değildir. O denli sonuçlar alabileceğiniz bir zayıflama ürünüdür. Ne yapsam da bir türlü kilo veremiyorum diyenler* ***Meksika biber hapı****nı kullandıktan sonra müthiş bir değişim yaşamışlardır. Ürünün etki sürecinden bahsedecek olursak birkaç cümle yeterli olacaktır. İlk iki hafta düzenli kullanım yaparsanız görünümünüzde ciddi bir değişim meydana gelecektir. Bu değişim ciddi anlamda büyük bir değişimdir. Yani etrafınızdaki kişilerin rahatlıkla anlayabileceği bir farklılık yaşarsınız. Süreç bir ayı bulduğunda ise kendinizdeki değişikliğe sizler bile inanamayacaksınız. Bu ürünün mucizevi olduğunu bile düşünebilir hale geleceksiniz. Bir ürün düşünün 1 ayda tam tamına 12 kilo verdiren ve bunu su kaybı ile değil yağ yakımı ile yapan. Tahmin ediyoruz ki size biraz komik geldi bu durum. Ancak kesinlikle doğru duydunuz* ***Meksika biberi kapsülü*** *kullanırsanız bir ayda 12 kilo verebilirsiniz. Üstelik verilen kilolar hiçbir şekilde vücuttaki sulardan gitmez. Vücudunuzdaki kalıcı yağlardan gidecektir. Bu da demek oluyor ki harika ötesi bir ürün ile karşı karşıyasınız.”* **Novagra 30 Tablet Ereksiyon Sağlayıcı Hap** adlı gıda takviyesine yönelik olarak*, “Novagra 30 Tablet Ereksiyon Sağlayıcı ve Cinsel Performans Arttırıcı Özelliğindeki Hap Novagra 30 Tablet Ereksiyon Sağlayıcı Hap sertleşme sorunu yaşayan erkeklere özel olarak tasarlanmış bir cinsel destek ürünüdür.* ***Novagra*** *vücuda cinsel isteği çok kısa bir süre içerisinde yayar. Cinsel performansınız oldukça yüksek olur. Ereksiyon sorununuz ortadan kalkar. Sertleşme ile ilgili herhangi bir problem kalmaz.”* **Stevia Doğal Tatlandırıcı ( Şeker Otu ) 20gr.** adlı gıda takviyesine yönelik olarak,**“**Cinsel arzuları ve cinsel şehveti adeta yerinden fırlatır. Cinsel performansınızı eskiye oranlayüzde yüz arttıracaktır.” **V Active Power Sertleştirici ve Büyütücü Krem** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, *“****Büyütücü Krem*** *kesinlikle başarılı bir penis büyütücü*dür*. Penis büyütücüle****r****in içerisin en* *etkili olanlarından biri de diyebilir. Üstelik bunu söylerken hiç de abartmamış oluruz. Bu ürünü* *kullananlarda sadece penis büyümesi olmuyor. Aynı zamanda ereksiyon sorununu da çözümler* *bulabiliyorsunuz. Cinsel performansınızı düzenleyebilen bu ürünü kesinlikle tavsiye ediyoruz.* *Kullanmanız durumunda cinsel hayatınızın tamamen değişebileceğini sizlerde* görebileceksiniz. ***V Active Power Sertleştirici ve Büyütücü Krem*** *kullanırsanız hiç zor olmaz.* *Oldukça kısa sayılabilecek bir zaman diliminde 4-7 cm büyüme yakalayabilirsiniz. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yukarda örnek olarak belirtilen gıda takviyeleri **Meksika Biber Hapı, Novagra 30 Tablet Ereksiyon Sağlayıcı Hap, Stevia Doğal Tatlandırıcı** ve benzer diğer birçok gıda takviyeleri ile ilgili olarak 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, ayrıca yukarda örnek olarak belirtilen kozmetik ürün **V Active Power Sertleştirici ve Büyütücü Krem** ve diğer benzer birçok üründe “Kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; 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 ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri;

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunun 13 üncü maddesi;

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b,40/1, 42/1, 42/2 maddeleri;

- 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 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**51)**

**Dosya No: 2015/1123**

**Şikayet Edilen: Sinan KARACA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.erkexin.com](http://www.erkexin.com) adresli internet sitesinde muhtelif gıda takviyeleri ve kozmetik ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.erkexin.com](http://www.erkexin.com) adresli internet sitesinin 04.11.2015 tarihli görünümünde; **Gano Cafe Classic 5** adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“****Gano Klasik Kahve*** *vücuttaki şeker oranını dengeleyerek diabet hastalarında büyük etki yaratmaktadır”,* **Novagra Afrodizyak Kahve** adlı gıda takviyesine yönelik olarak, ***“Novagra Afrodizyak******Kahve*** *cinsel isteksizlik sorunlarının yanı sıra yenilenmiş ve zenginleştirilmiş içerigi ile ereksiyon ve erken boşalma sorunlarının giderilmesini saglar. Bayanlarda orgazm arttırıcı etkisi ile dürtülerinin uyarılarak ilişkiye daha sıcak ve zihnde bir şekilde uzun süren sürekli bir birliktelik için hazır olmalarını saglamaktadır.”* **Geyik Boynuzu** adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“****Geyik boynuzu*** *kullanıldığı andan itibaren ereksiyon kuvveti verir , erkeklerde cinsel gücü arttırır, sertleşme sorunlarınızı giderir, bir cok kez cinsel ilişki yaşamanızı sağlar, kaliteli sperm oluşumuna yardım eder, iyi bir ereksiyon sağlar , uzun bir gece yaşamanızı sağlar erken boşalmanızı engeller*.” ***Porcodile Glide*** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak,*“****Porcodile Glide Tutti Furutti Aromalı Kayganlaştırıcı Jel*** *stres, depresyon, menopoz ve ilaç kullanımlarında bayanlarda sıklıkla yaşanılan vajina kurululuk sorunlarının giderilmesinde yardımcı olduğu gibi ilişki esnasında**yaşanılan ağrı ve kasılma gibi nedenlerin giderilmesini önler.”* ***Eros Geciktirici Krem*** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, “*İçerisindeki E vitamini**sayesinde geciktirici kremler içerisinde etkisi en uzun süren* ***Eros Geciktirici Krem*** *ile Erken boşalma süresini geciktirmek isteyen kişilerin, cinsel ilişki süresini uzatmak ve daha iyi bir**performans sağlamak amacı ile son zamanların en çok tercih edilen geciktirici kremidir.* ***Eros Kremin*** *erken boşalmayı önlemesinin yanı sıra aynı zamanda içerisinde bulunan E vitamini**ile belirli bölgelere sürerek o bölge cildini de besleyebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yukarıda örnek olarak belirtilen gıda takviyeleri **Gano Cafe Classic 5, Novagra Afrodizyak Kahve, Geyik Boynuzu** ve benzer diğer birçok gıda takviyeleri ile ilgili olarak 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, ayrıca yukarda örnek olarak belirtilen kozmetik ürün ***Porcodile Glide, Eros Geciktirici Krem*** ve diğer benzer birçok üründe “Kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; 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 ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri;

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunun 13 üncü maddesi;

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b,40/1, 42/1, 42/2 maddeleri;

- 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 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**52)**

**Dosya No: 2015/1124**

**Şikayet Edilen: HBT İnternet Mücevherat Tekstil İnşaat Gıda Otomotiv İthalat İhracat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.48saatgeciktirici.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Novagra Geciktiri Hap”*** isimligıda takviyesine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.48saatgeciktirici.com adresli internet sitesinin 13.08.2015 tarihli görünümünde **Novagra Geciktiri Hap** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“Novagra Geciktirici Kapsül Nedir? İddia ediyoruz Geciktirici Hapımıza Güveniyoruz. Yıllardır yurtdışında milyonlarca erkek tarafından kullanımda olan Novagra Geciktirici Hap, Şimdi Avrupa AŞ. Güvencesiyle Türkiye'de satışa sunulmuştur. Son zamanlarda bazı sahte ürün satıcıları piyasaya çıkarak 1 alana bir bedava, yanında sözde bayan azdırıcı hediye gibi yalan iddialar ile sahte ürünlerin satışına başlamışlardır.* ***Novagra geciktirici hap******resmi ve bakanlık onaylı bir ürün olduğu için üretim maliyetleri bellidir. 69 TL altına satan******bütün firmaların ürünleri sahte olup satışı da distribütör firma ile yapılan sözleşmeden dolayı******yasaktır.*** *Bundan dolayı aldığınız ürünün orijinal olmasına özen gösteriniz. 13 yıllık firmamız konu ile ilgili olarak savcılığa suç duyurusunda bulunmuştur. Paranızın ve hayallerinizin boşa gitmemesi için ve daha önemlisi sağlık açısından sorun yaşamamak için lütfen orijinal ürün almaya özen gösteriniz. Sipariş için 0546 440 0900 Hemen Arayın. Novagra Geciktirici Kapsül, tamamen bitkisel bir ürün olup,* ***Tarım Köy İşleri Bakanlığı (Kimyasal bir ürün olmadığı için******Sağlık Bakanlığı yerine Gıda Bakanlığı onayları ile ilgilenmektedir. )*** *tarafından onaylıdır. Türk gıda kodeksine uygun olarak Tarım ve Köyişleri Bakanlığı’ nın 14.10.2010 tarih ve G16-2774 işletme kayıt numarasıyla üretilmiştir.* ***İlişki sürenizi kendinizin ayarlamasına ne dersiniz?******Novagra bitkisel bakanlık onaylı geciktirici hap kullanıldıktan sonra, penise giden kan dolaşım******miktarını artırarak, ilk ilişkiden sonraki ilişkilerde bile, sertleşme ve erken boşalma sorunu******olmadan gönül rahatlığı ile ilişkilerinizi yönetmenize yardım edebilir. İlişki sürenizi x dakika******uzatır dememiz yanlış olur. Kim derse de yalan söyler. Çünkü bu kişinin metabolizmasına göre******değişiklik göstermektedir. Bazı kişilerde x dakikaya kadar gecikme sağlarken bazı kişilerde ise******bu erken boşalma süresi Y dakika olabilmektedir. Novagra Bitkisel Geciktirici Kapsül ile erken******boşalma ve ilk ilişkiden sonraki yaşanan isteksizlik ve sertleşme sorunlarınızın önüne******geçmesine yardımcı olmasının yanında, ülkemizde her yıl eşler arasında yaşanan erken boşalma sorunlarından dolayı boşanmalarında bitmesini ümit ediyoruz. Erken boşalmak bir******suç veya günah değil, sadece biyolojik bir eksikliktir. Doğadan gelen mucizeler ile erken******boşalma probleminin ve ilk ilişkiden sonra yeniden tekrar ilişkiye girememe problemlerinizin******önüne geçmenizde, Novagra geciktirici kapsül yardımcı olabilir.*** *Novagra’ yı Maksimum Etki Almak İçin Nasıl Kullanmalısınız? Novagra geciktirici hapımızı yemeklerin hemen ardından kullanmayınız. En az 1-2 saat geçtikten sonra bol su ile kullanabilirsiniz. Tam metobolizmayı çalıştırması için ise hapımızı içtikten sonra minimum 1 saat süre geçmesini bekleyiniz. Novagra Geciktirici Kapsül Ne Tür Faydalar Sağlar****? Novagra kapsül cinsel performansınızı artırırken******aynı anda cinsel arzu ve isteğinizi de artıracak daha sert ve uzun süren bir ereksiyona sahip******olmanızı, birden fazla ilişki kurmanızı ve erken boşalmayı kontrol etmenize yardımcı olabilir.******Novagra kullanarak elde edeceğiniz faydalar aşk hayatınızı olumlu yönde etkileyebilir. Novagra******tüm Dünya’da erkeklerin ve bayanların özel günlerindeki yardımcısıdır. Etkisinden dolayı hafta******sonu hapı olarak da kullanabilirsiniz.”***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 İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b,40/1, 42/1, 42/2 maddeleri;

- 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 **HBT İnternet Mücevherat Tekstil İnşaat Gıda Otomotiv İthalat İhracat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2015/1499**

**Şikayet Edilen: ANC Tarım Ürünleri Matbaa. Prod. Rek. Kargo Özel Sağlık İletişim San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.omercoskun-market.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelifgıda takviyelerine yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.omercoskun-market.com adresli internet sitesinin 05.10.2015 tarihli görünümünde **Panax Damar Açıcı**adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“Damar içi plakların ortadan kalkmasında, tıkalı damarların açılmasında, hipertansiyon , kolestrol yükseldiğinde, kan yağları yükseldiğinde kullanılır. Erkeklerde testesteron seviyesini arttırır. Yorgunluk ve bitkinlik halini azaltır, zindelik verir.”* **Formula 21 Formen** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“ Erkeklere özel performans arttırıcı, Formula 21 Formen gösterdiği hızlı etkisi ve yaklaşık 1 hafta boyunca sağladığı erki ile cinsel yaşamınızdaki sorunları gidermeye yardımcı olur.”* **Prox-Mega Man** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“ Prox sayesinde yoğun olarak gençlik ve güçlülük duygusunu hissedeceksiniz. Prox sayesinde kan dolaşımınız hızlanacak böylece cinsel performansınız ve ereksiyon gücünüz artacaktır. Prox sayesinde cinsel organda üç aylık bir kullanım sonunda doğal büyüme elde edeceksiniz.”* **Form Destek Seti** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“Form Destek Seti sağlıklı Zayıflama, bölgesel zayıflamaya yardımcı, dengeli zayıflatır, sindirim sistemini hızlandırır, metobolizmayı çalıştırır, kas ve eklem romatizması ağrılarını giderir, sinirsel rahatsızlıkları tedavi eder.”* **Blood Sugar Şeker Seti** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“Şeker düşüşünü ve tekrardan yükselmesini engeller. Kan şekerini dengelemeyi sağlar, insülin hormon kalitesini düzenler, üretilen glikozun enerjiye çevrilmesini sağlar, pankreas çalışmasını engelleyen fonksiyonel bozuklukları giderir.”* 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 İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 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;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b,40/1, 42/1, 42/2 maddeleri;

- 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 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **ANC Tarım Ürünleri Matbaa. Prod. Rek. Kargo Özel Sağlık İletişim San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2015/1711**

**Şikayet Edilen: MG İnternet Hizmetleri Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.memlekettengelsin.com](http://www.memlekettengelsin.com) adresli internet sitesinin 02.12.2015 tarihli görünümünde **Karpuz Çekirdeği 200 Gr** adlı ürüne yönelik olarak; *“ Karpuz çekirdeği içinde bulunan ‘cucurbocitrin’ adlı maddenin kan basıncını düşürmeye yardımcı olur. Ayrıca içindeki ‘likopen’ maddesi de kalbi enfarktüsten korumaktadır.”,* **Hindistan Cevizi Dilimleri 125 gr** adlı ürüne yönelik olarak; *“Faydaları; reflü hastalığı etkisini azaltır, mide ağrılarına iyi gelir, idrar söktürücü etkisi vardır, ağız kokusuna iyi gelir, felç ve titreme üzerine olumlu etkisi vardır, sütüyle yapılacak bakım saçlara iyi gelir, kilo almak isteyenler için yüksek kalori değeriyle faydalıdır, kusmaya ve ishale iyi gelir.”,* **Ananas Adet** adlı ürüne yönelik olarak*; “ Faydaları; Bromelain enzimi sayesinde meme, akciğer ve bağırsak kanserine karşı koruma sağlar, içerdiği folik asitler ile hamilelik esnasında sağlıklı bebekler için doğal besin kaynağıdır, antioksidan özelliği ile kansere karşı koruyucudur, içerdiği manganez sayesinde kemik gelişimine katkıda bulunur, yaraların çabuk iyileşmesine katkısı vardır, yüksek B ve A vitamini kaynağı olarak saç ve cilt sağlığına faydalıdır, yağ depolanmışını önleyerek selülit oluşumunu engeller.”,* **Siirt Fıstığı 1 Kg** adlı ürüne yönelik olarak*; “Siirt Fıstığı insan vücudu ile dosttur, ruhsal ve fiziksel açıdan insana enerji verir. Kandaki kolestrol oranını dengeye sokarak kalp hastalıklarını önler. İçerdiği kalsiyum ve fosfor kan basıncını düzenleyici etkiye sahiptir. Kemik ve diş sağlığı açısından önemlidir. Erkeklerde sperm sayısını arttırarak cinsel isteği harekete geçirir. Yapsız protein ve zengin vitamin yapısı sayesinde kilo aldırmaz.”,* **Köy Yumurta 10 adet** adlı ürüne yönelik olarak, *“ Gebelik döneminde ihtiyaç duyulan kon, folik asit, ve riboflavin gibi vitaminler yönünden ve magnezyum açısından zengin olan yumurta, bebeğin bağışıklık sisteminin güçlenmesinde ve beyin gelişiminde önemli rol oynamaktadır.”* **Köy Tavuğu (900-1200 Gr.)**adlı ürüne yönelik olarak, *“Sanayi tavuğunun nomalde olgunlaşması alınan hormonlu gıdalar yüzünden 2-3 ay gibi bir süreçte tamamlanıp, kesime hazır hale getiriliyor.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yukarda örnek olarak belirtilen **Karpuz Çekirdeği 200 gr, Hindistan Cevizi Dilimleri 125 gr, Ananas Adet, Siirt Fıstığı 1 kg, Köy Yumurta 10 Adet** ve benzer diğer birçok ürün ile ilgili olarak endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, gıdaların 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 ” 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, ayrıca **Köy Tavuğu (900-1200 Gr.)** isimli ürün ile ilgili olarak kullanılan ifadelerle sanki sanayi tavuklarının hepsinin hormonlu gıdalarla yetiştirildiği izlenimi yaratılarak sanayi tavuklarının kötülendiği, sanayi tavuklarının sağlıksız olduğu iması verildiği böylece kötüleme içeren ifade ve yönlendirmeler ile dürüst rekabet ilkeleri ihlal edilerek rakip firmalar ve ürünleri aleyhine haksız rekabet yaratıldığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamların bu haliyle,

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

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

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

-14.02.2011 tarih ve 27846 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet” başlıklı 4. Kısmının “Amaç ve İlke” başlıklı 54. Maddesinin 1 ve 2. Bendi,

-14.02.2011 tarih ve 27846 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Ticaret Kanununun “Haksız Rekabet” başlıklı 4. Kısmının “Dürüstlük kuralına aykırı davranışlar, ticari uygulamalar” başlıklı 55. Maddesinin 1. bendi

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1-a, 8/1-b, 9/1-f, 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 10/1 maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **MG İnternet Hizmetleri Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamlara durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2015/582**

**Şikayet Edilen:** **ATC İstanbul Pazarlama Gıda Dış Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.atcvital.com](http://www.atcvital.com) ve [www.shoptr.atcgroupshop.de](http://www.shoptr.atcgroupshop.de) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.shoptr.atcgroupshop.de](http://www.shoptr.atcgroupshop.de) adresli siteye tıklandığında [www.atcvital.com](http://www.atcvital.com) adlı siteye ulaşıldığı tespit edilmiştir.[www.atcvital.com](http://www.atcvital.com) adlı internet sitesinin 06.10.2015 tarihli görünümünde; ***“Keten tohumu nebati hormonları ve sindirim sistemini çalışmaya zorlayan lifleri sayesinde vücudun beslenmesinde vazgeçilemez bir yere sahiptir. Bu yağ nesiller boyu nebati tedavi uygulayan alternatif tıp çevrelerinde kullanıldığı gibi, beslenme maksadıyla da kıymetli bir gıda yağı olarak yoğun bir şekilde kullanılmıştır. (…) Sonra bir taraftan tok tutması, öbür taraftan da sindirim sisteminin daha hızlı ve düzenli çalışmasını sağlaması sebebiyle kilo vermeye de yardımcı olur.”*** ,  ***“Uluslararası araştırmalar Argan yağının bağışıklık sistemini son derece olumlu etkilediğini, bu sayede de bütün vücudun sağlıklı bir yapıda olmasına yardım ettiğini göstermektedir. ”*** ile ***“Peygamber (SAV) tarafından övülmüş olan çörekotu bitkisi, dünyanın değişik yerlerinde, değişik isimlerle bilinir ve insan sağlığına sağladığı faydalar sebebiyle bolca kullanılır. Tamamen tabii bir gıda olması ve bağışıklık sistemini şaşırtıcı derecede güçlendirmesi sebebiyle akla gelebilecek hemen her rahatsızlık için etkili olabilmektedir.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.atcvital.com adresli sitede tanıtımı yapılan **“Atc Vital Keten Tohumu Yağı”, “Atc Vital Organik Argan Yağı”, “Atc Vital Organik Çörek Otu Yağı”** adlı ürünlere yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin 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/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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

- 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 **ATC İstanbul Pazarlama Gıda Dış Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2015/717**

**Şikayet Edilen:** **Merkez Laboratuvarı İlaç Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Balık yağı- Omega”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.nanolife.com.tr adresli internet sitesinin 06.04.2015 tarihli görünümünde; *“Kanı inceltir. Kolesterolü düşürür. Kalp ritmini düzenler.” ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.nanolife.com.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Balık yağı- Omega”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin 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/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,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

- 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 **Merkez Laboratuvarı İlaç Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2015/727**

**Şikayet Edilen:** **Sere Gıda Sanayi ve Dış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Olimp CLA + L- Karnitin 60 CAPS”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.sportifgida.com adresli sitenin 03.04.2015 tarihli görünümünde; ***“En etkili 3 madde olan CLA, L-Karnitin ve Yeşil Çay’ın birleştiği ürün ile yağ dokularının azaltılması desteklenir. Özenle seçilmiş içeriği sayesinde yağ yakımı aktive edilir ve bununla beraber vücut sıkılığının kaybolması engellenir. Birkaç haftalık kullanım sonucunda kilo kaybını, zayıfladıktan sonra eskiye tekrar hızlı dönüşün engellendiğini ve selülit bulgularının azaldığını görebilirsiniz.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.sportifgida.com adresli internet sitesinde yer alan **“Olimp CLA + L- Karnitin 60 CAPS”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtılarak tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

- 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 **Sere Gıda Sanayi ve Dış Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2015/728**

**Şikayet Edilen:** **UB İnşaat ve Taahhüt Müzik Prodüksiyon Denizcilik eğitim Gıda, Kimya San. ve Tic. Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Olimp CLA + L- Karnitin 60 CAPS”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.goprotein.com.tr adresli internet sitesinin 07.12.2015 tarihli görünümünde; ***“Olimp CLA Green Tea L-Carnitine 60 Capsules, CLA, yeşil çay özleri ve karnitin içeren yağ yakıcı, supplement ürünüdür. Zengin ve yüksek performanslı içeriği ile Olimp, özellikle kilo verip forma girmek istediğiniz dönemlerde hedefleriniz doğrultusunda iyi bir gıda takviyesi olabilir”*** *ş*eklinde ve **“CLA Nasıl Çalışır?”** başlığında;

***“Vücutta ihtiyaç olmadığı için kullanılmayan ve depo edilen trigliseritler bu şekilde yağ hücresinden daha kolay bir şekilde çıkabilir ve kas ve karaciğer hücrelerini etkileyebilir. Bu şekilde çok daha kalori yakarak enerjimizi arttırabiliriz. Bunun yanında CLA lipoprotein lipase enziminin çalışmasını engeller. Bu enzim miktarı azaldığı zaman kanda bulunan yağ asitlerinin depolanma miktarı azalır. Ayrıca CLA İnsülin metabolizmasını etkileyerek yağ ve glikozun kas hücrelerine gitmesini sağlayarak enerji artışına neden olur. CLA metabolizmayı hızlandırarak yağ yakımını arttırabilir.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.goprotein.com.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Olimp CLA, Green Tea, L- Karnitin”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtılarak tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

- 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 **UB İnşaat ve Taahhüt Müzik Prodüksiyon Denizcilik eğitim Gıda, Kimya Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2015/731**

**Şikayet Edilen:** **eczaevim.com-Mehmet ÜNLÜ**

**Şikayet Edilen Reklam: *“VitaGlukan”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.eczaevim.com adresli internet sitesinin 10.12.2015 tarihli görünümünde; ***“VitaGlukan şurup içeriğindeki 1,3-1.6 Beta Glukan bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı olan, ayrıntılı toksisite çalışmaları yapılmış doğal bir maddedir. Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi ve enfeksiyonlardan korunmada; Okul, tiyatro, sinema gibi alanlardaki enfeksiyonlara karşı vücut direncini arttırmada; Mevsimsel geçişlerde meydana gelebilen zayıflamış bağışıklığı güçlendirmede; Yara iyileşmesinde, cerrahi işlem sonrasında vücudun toparlanmasında; barsak mukozasının immunütesinin ve barsak hareketlerinin düzenlenmesinde; Kolesterol ve insülin-glukoz metabolizmasının düzenlenmesinde; güneşin zararlı etkilerinden korunmada; Lokal yoluyla uçuk ve aft tedavisinde yardımcı olabilmektedir.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.eczaevim.com adresli internet sitesinde yer alan **“VitaGlukan”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin 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/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,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

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

**60)**

**Dosya No: 2015/732**

**Şikayet Edilen:** **Ailem Uluslararası Elektronik Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“VitAgil”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.ailem.com adresli internet sitesinin 11.12.2015 tarihli görünümünde; ***“Büyüme çağındaki çocukların ihtiyaçları olan tüm vitamin ve mineralleri birlikte almalarını sağlayan şurup formundaki ilk besin takviyesi VitAgil, onların fiziksel ve zihinsel gelişimlerine katkı sağlarken, kış ayları için bağışıklıklarını da güçlendiriyor.****Türkiye’de Allergo tarafından sadece eczaneler kanalıyla anne ve babalara sunulan multivitamin ve multimineral takviyesi* ***VitAgil şurup, bağışıklık sisteminin güçlenmesine katkıda bulunarak, çocukların kış hastalıklarına karşı dayanıklılıklarını artırıyor. A, C ve E vitaminlerinin selenyum, çinko ve manganez ile bir araya gelmesi ise vücut direncini artırarak, bağışıklık sistemini güçlendiriyor.*** ***Hormonal gelişimden, dikkat eksikliğine, kansızlıktan, kilo yetersizliğine kadar pek çok konuda çocuklar, sağlıklı büyümek için çinkoya ihtiyaç duyuyor. Solunum sisteminin direncini artırmaya yardımcı olan selenyumun eksikliğinde ise, kalp-damar hastalıkları gibi çok önemli sağlık sorunları görülebiliyor.”***  *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ailem.com](http://www.ailem.com) adresli internet sitesinde yer alan **“VitAgil”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin 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/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 Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

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

**61)**

**Dosya No: 2015/1003**

**Şikayet Edilen:** **Cehre Gıda Kozmetik Özel Eğitim Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Evelle Hilti Bitkisel Gıda Takviyesi”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ekim 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Etiket

**Tespitler**: **“Evelle Hilti Bitkisel Gıda Takviyesi”** adlı ürün etiketinde yapılan incelemede; “kullanım bilgisi: **göstereceği etki kullanıcısının fiziksel durumuna bağlı olarak 72 saat boyunca devam edebilir**” ve ürünün dış kutusunda “**Performance Capsule***”*  ifadeleri ile cinsel performans arttırıcı ürün gibi tanıtılmakta olup **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Evelle Hilti Bitkisel Gıda Takviyesi”adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin 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 24. Maddesinin 3. Bendi,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

- 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 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cehre Gıda Kozmetik Özel Eğitim Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2015/1314**

**Şikayet Edilen: Santelife Gıda Maddeleri Üretim ve Pazarlama Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Santelife Form Çorba”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.formcorba.com adresli internet sitenizin 11.09.2015 tarihli görünümünde;*“****Diyet yapmadan da kilo verebilirsiniz****.* ***Cildi gençleştirir****,* ***metabolizmayı düzenler****. Santelife Form Çorba nasıl kilo verdirir?* ***Tokluk hissi oluşturur****. Kurutulmuş dereotundaki Karvon ve Limonen etken maddeleri tokluk hissi vermektedir. Karvon kurutulmuş kimyonda da bulunmakta ve tokluk hissini pekiştirmektedir. Kurutulmuş brokoli selülozdan zengin lifli yapısı nedeni ile* ***midenin geç boşalmasını sağlamakta*** *bu nedenle tokluk hissi yaratmaktadır.* ***Yağ emilimini azaltır****. Kurutulmuş karabiberdeki etken maddelerden birisi olan Fenol türevi Pipeline* ***sindirimi hızlandırarak yağ emilimini azaltır****. Kurutulmuş brokoli; içerdiği sinigrin, stigmasterol, linoleik asit n-penthylamin ve selülozdan zengin lif yapısı nedeniyle* ***sindirimi hızlandırır, yağ ve karbonhidrat emilimini azaltır****. Kurutulmuş soğan; içerdiği dimethylthiopen ve isofucosterol etken maddeleri sayesinde sindirimi hızlandırır ve yağ emilimini azaltır. Kurutulmuş yeşil ve kırmızı biber; içerdikleri Kapsaisin etken maddesi etkisiyle* ***sindirimi hızlandırır ve yağ emilimini azaltır****. Kurutulmuş lahana; bol selüloz içeren lifli yapısı ve içerdiği Musilaj etken maddesi nedeniyle* ***sindirim sistemini hızlandırır ve yağ emilimini azaltır****.* ***Yağların yakılmasının arttırılması****.****’’*** *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 tanıtılarak ve “***Diyet yapmadan da kilo verebilirsiniz.****”* Gibi gerçekle bağdaşmayacak ifadelerle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.formcorba.com adresli internet sitesinde yer alan **“Santelife Form Çorba”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir ürün gibi tanıtılarak 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 24. Maddesinin 3. Bendi,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

- 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 **Santelife Gıda Maddeleri Üretim ve Pazarlama Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2015/1095**

**Şikayet Edilen: Hun Oyuncak Elekt. Tic. Ve San. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde“*Vicepra Penis Büyütücü ve Cinsellik Artırıcı 60 Jel Kapsül”* isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Vicepra penis büyütücü ereksiyon kapsülü, içeriğinde bulunan bitkisel özler sayesinde penis pompalarına ya da cerrahi çözümlere gerek kalmadan penis boyunu büyütür, penisi kalınlaştırır ve sertliğini artırır. Vicepra, penis büyütücü özelliğinin dışında, ereksiyonu güçlendirir, cinsel performansınızı artırır ve sex hayatınızın iyileşmesine yardımcı olur. Vicepra kan dolaşımını artırarak penise giden kanı artırır, serbest testesteron üretimine yardımcı olur. (…)”* şeklinde ifadelere, “*Grob Mann Scream Penis Büyütücü Krem”* isimli ürüne yönelik olarak gerçekleştirilen tanıtımlarda; *“Uzun yıllar süren araştırmalar sonunda, bilim adamları sonunda gerçekten işe yarayan bir Penis Büyütme ve kalınlaştırma formülü geliştirdiler. Grob Mann, doğal penis büyütmeye iki aşamalı sistematik bir yaklaşım benimsemektedir. (…) Penisin çoğunluğunu oluşturan süngerimsi dokunun her bir gözeneğinin genişlemesine ve normal kapasitelerinin üzerine çıkmasına neden olan, birlikte çalıştığı çeşitli vazodilatörleri serbest bırakır ve daha fazla kan tutma kabiliyeti sağlar, böylece penis büyür. (…)”* şeklinde ifadelere; *“Bathmate Hercules Penis Pompası”* isimli ürüne yönelik olarak gerçekleştirilen tanıtımlarda; *“(…) Bethmate Hercules, penisinizi büyütmekle kalmaz, penisinizin her zaman en sağlıklı ve en iyi durumda olmasını sağlar. Erektil işlev bozukluklarıyla savaşmanızda yardımcı olabilir. Penisinizin uzunluğunu, kalınlığını, hacmini artırır. Penisinizin başını büyütür, eğrilikleri düzeltir.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde, ***“V-pills gold Cinsellik artırıcı Bitkisel Kapsül, Kolossal Penis Büyütücü Ereksiyon Losyonu 200 ml”*** vb. başlıkları altında toplanan ürünlere ilişkin, hem başlıklarda yer alan bu ifadelerde, hem de söz konusu başlıklar altında tanıtımı yapılan pek çok benzer gıda takviyesi ve diğer ürünlere ilişkin, yukarda bahsi geçen ifadelere benzer sağlık beyanlarına yer verildiği yer verildiği tespit edilmiştir.

 **Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde muhtelif ürünlere ilişkin, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle tanıtımı yapılan ürünlerin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu, bunun yanında *“krem”, “Sprey”* şeklinde tanıtımı ve satışı yapılan ürünlerin ise haricen uygulanması nedeniyle “kozmetik ürün” olarak değerlendirilebileceği, bu durumda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerin kozmetik ürün tanımını aşan ve aynı şekilde yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların 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 her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların;

Dolayısıyla, söz konusu tanıtımların;

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

- 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,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-4, 7/5-g, 9/1, 9/4, 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**64)**

**Dosya No: 2015/1714**

**Şikayet Edilen: Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Peugeot’dan Bayram Kampanyası”*** başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, internet, ilan

**Tespitler:** “Peugeot” marka otomobillere yönelik “Peugeot’dan Bayram Kampanyası” başlıklı kampanyaya ilişkin ilanda; *“Bayramda Peugeot Fırsatları Dört Dörtlük! Blue HDİ Tam Otomat,k Dizel Peugeot’lar 2+2 , 4 yıl garantili! Kampanya 31.07.2015 tarihine kadar Peugeot Yetkili Satıcılarında geçerlidir. Ücretsiz 2 yıl Artı Garanti kampanyası sadece EAT6 tam otomatik şanzımanlı BlueHDi motor seçeneklerinde geçerlidir…”*  ifadelerine,

Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan bant reklamlarda; *“Bayramda Peugeot fırsatları Blue HDi tam otomatik dizel Peugeot 308, 3008 ve 5008 2+2 4 yıl garantili”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kampanyaya ilişkin ilanda; ***“Bayramda Peugeot Fırsatları Dört Dörtlük! Blue HDİ Tam Otomat,k Dizel Peugeot’lar 2+2 , 4 yıl garantili! Kampanya 31.07.2015 tarihine kadar Peugeot Yetkili Satıcılarında geçerlidir. Ücretsiz 2 yıl Artı Garanti kampanyası sadece EAT6 tam otomatik şanzımanlı BlueHDi motor seçeneklerinde geçerlidir…”***  ifadelerine,

Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan bant reklamlarda; ***“Bayramda Peugeot fırsatları Blue HDi tam otomatik dizel Peugeot 308, 3008 ve 5008 2+2 4 yıl garantili”*** ifadelerine yer verildiği,

Buna karşılık söz konusu kampanya reklamlarına ilişkin başvuruda bulunan tüketicinin 31.07.2015 tarihinde satın almış olduğu Peugeot 308 EAT6 marka otomobil için vaat edilen ekstra 2 yıl garantinin, tüketicinin satın almış olduğu aracın kampanya kapsamına dahil ancak eski stoklu bir araç olması gerekçesi ile hediye edilmemiş olduğu, ancak söz konusu kampanyaya ilişkin reklam ve ilanlarda kampanyanın eski stoklu araçlarda geçerli olmadığı yönünde bir bilgiye yer verilmediği,

**Bu nedenle, söz konusu kampanya kapsamındaki reklam ve ilanlarda vaat edilen ücretsiz 2 yıl ilave garantinin, tüketicinin kampanyaya ilişkin reklam ve ilanlarda belirtilen aracı almış olmasına rağmen verilmemesi gerekçesi ile söz konusu reklam ve ilanların yanıltıcı olduğu,** bu durumun;

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

**65)**

**Dosya No: 2015/1558**

**Şikâyet Edilen: Eczacıbaşı Yapı Gereçleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** ***“Artema Tuzlu Su Testi”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Oyuncu Engin GÜNAYDIN’ın rol aldığı muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan “Artema Tuzlu Su Testi” başlıklı reklamlarda; *“Artema en sulu testlerde bile kararmıyormuş… Kendi tuzlu su testimi gerçekleştireceğim… 25 gün sonra… Mümkün değil hala pırıl pırıl… Artema kararmaya karşı 10 yıl garantili…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Artema Tuzlu Su Testi” başlıklı reklamlarda; *“Artema en sulu testlerde bile kararmıyormuş… Kendi tuzlu su testimi gerçekleştireceğim… 25 gün sonra… Mümkün değil hala pırıl pırıl… Artema kararmaya karşı 10 yıl garantili…”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu iddialara dayanak olarak konuyla ilgili akredite test laboratuvarına sahip TSE tarafından reklamda bahsi geçen ürünler için düzenlenmiş olan TS EN 817/Çift Yıldız Belgesi ile TS EN 200/Çift Yıldız Belgesinin ve 5 adet test raporunun sunulduğu, belgelerin incelenmesinden ürünlerin reklamda belirtildiği gibi 25 gün (600 saat) korozyon testine tabi tutulduğu ve kararma yapmadığının anlaşıldığı, ayrıca dosyaya sunulan belgelerden bahsi geçen ürünler için on yıl garanti verildiğinin görüldüğü, dolayısıyla reklamdaki iddiaların akredite test kuruluşundan alınmış belgelerle kanıtlandığı, bu nedenle söz konusu reklamın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi hükmüne ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**66)**

**Dosya No: 2015/1343-I**

**Şikayet Edilen: HP Medya Sipariş Pazarlama Reklamcılık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Seymen FM”* adlı radyo kanalında yayınlanan ***“Araç içi kamera - Güneş gözlüğü”*** reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler:** 02.09.2015 tarihinde Seymen FM adlı radyo kanalında saat 10:49-10:55 arasında yayınlanan ***“Araç içi kamera - Güneş gözlüğü”*** reklamlarında; *“(…) Duyduk ki, araç sahiplerine, aracı olanlara muhteşem bir haberiniz varmış. Evet, muhteşem bir haberim var, çok önemli bir duyurum var (…) Bu normal bir kampanya olmayacak, haber niteliğinde (…) Sevgili dinleyenler (…) Araç sahibi olan herkes şimdi aracına araç kamerası taktırmak zorunda… Son yasa ile birlikte biliyorsunuz devletin resmi araçlarında, belediye otobüslerinde zorunlu haldeydi. Özel şahıs araçları için zorunlu değildi, ama artık yasa taslağı sunuldu ve zorunlu hale geliyor. İsteseniz de istemeseniz de siz artık aracınıza araç kamerası takmak zorundasınız (…) Araç kameralı olduğunda bütün her şey ortaya çıkacak. Bunun yanı sıra sizin araç kameranız olduğu zaman aracınızın başına başka şeyler de gelebilir. Soygun yaşayabilirsiniz, aracınız darp olabilir (…) Sonra suçlu arıyorsunuz, acaba devletin taktığı kameralardan var mı? (…) Bir daha söylüyorum araç kamerası artık zorunlu hale geliyor. Bugün HD kayıt yapan bir araç kamerası takayım deseniz, gece görüşü olan bir kamera takayım deseniz ortalama en düşüğünün fiyatından bahsediyorum, 500 TL. Şu andan itibaren geliyor sürpriz. Beni dinleyenler, tanıyanlar biliyorlar.”* şeklinde ve “*Muhakkak ki eğer ben bir projenin altına imza atarsam onunla ilgili sürpriz bir şeyler yapmalıyım, herkesi mutlu etmeliyim. Sizi mutlu edecek haber de şu; şu andan itibaren herkes eline cep telefonunu alsın, müsait bir yere çeksin (…) 0216 211 01 00’ı hemen tuşlayın, çünkü sadece 30 kişi için geçerli olacak. Neden 30? Bu haberi verdiğimizde bir firmayla anlaştık. Bu araç kameralarını yapan bir firmayla… Üstelik gece çekimi yapabiliyor, hani bu Amerikan filmlerinde falan izliyorsunuz ya, polisler gidiyorlar hiç ışığın olmadığı bir yerde gece görüşüyle, aynı öyle (…) Bunun yanı sıra araç kamerasının yanında bir ekran açılıyor. O ekran HD ekran… Oradan yolu bile takip edebiliyorsunuz. Total fiyatı, bu anlaştığımız firmanın bayilerinde satış fiyatı 570 TL. Ama biz 570 TL’yi unutuyoruz, bugün bu haberi Seymen’de verdiğimiz için (…) 570 TL yerine 99 TL (…) Her şey olduğu gibi doğal, kulak arkası etmeyin. Bugün yarın ben kendim alırım demeyin (…) Bunun yanına bir sürpriz yaptık. Olur da araç kamerasını ciddiye almazlar diye, bunu ben sağladım, bir güneş gözlüğü firmasıyla anlaştık. Onların da satış fiyatı 350 TL idi gözlüklerinin ama bize sponsor oldular, bu araç kamerası sistemlerinin yanına da onu hediye vereceğiz. Göze olur mu diye düşünmeyin, kulağınıza ve gözünüze göre ayarlanabilir sistemli 350 TL değerinde çok şık, çok güzel güneş gözlükleri (…) Yani ikisi bir arada 99 TL (…)”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Seymen FM adlı radyo kanalında saat 10:49-10:55 arasında yayınlanan ***“Araç içi kamera - Güneş gözlüğü”*** reklamlarında yer alan; *“(…) Duyduk ki, araç sahiplerine, aracı olanlara muhteşem bir haberiniz varmış. Evet, muhteşem bir haberim var, çok önemli bir duyurum var (…)* ***Bu normal bir kampanya olmayacak, haber niteliğinde*** *(…) Sevgili dinleyenler (…)* ***Araç sahibi olan herkes şimdi aracına araç kamerası taktırmak zorunda… Son yasa ile birlikte biliyorsunuz devletin resmi araçlarında, belediye otobüslerinde zorunlu haldeydi. Özel şahıs araçları için zorunlu değildi, ama artık yasa taslağı sunuldu ve zorunlu hale geliyor. İsteseniz de istemeseniz de siz artık aracınıza araç kamerası takmak zorundasınız*** *(…) Araç kameralı olduğunda bütün her şey ortaya çıkacak. Bunun yanı sıra sizin araç kameranız olduğu zaman aracınızın başına başka şeyler de gelebilir. Soygun yaşayabilirsiniz, aracınız darp olabilir (…) Sonra suçlu arıyorsunuz, acaba devletin taktığı kameralardan var mı? (…)* ***Bir daha söylüyorum araç kamerası artık zorunlu hale geliyor. Bugün HD kayıt yapan bir araç kamerası takayım deseniz, gece görüşü olan bir kamera takayım deseniz ortalama en düşüğünün fiyatından bahsediyorum, 500 TL.*** *Şu andan itibaren geliyor sürpriz. Beni dinleyenler, tanıyanlar biliyorlar.”* şeklindeki ifadelerle araç içi kamera kullanımının zorunlu hale getirildiğinin belirtildiği, ancak söz konusu ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla anılan reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, anılan reklamlarda, “*Muhakkak ki eğer ben bir projenin altına imza atarsam onunla ilgili sürpriz bir şeyler yapmalıyım, herkesi mutlu etmeliyim. Sizi mutlu edecek haber de şu; şu andan itibaren herkes eline cep telefonunu alsın, müsait bir yere çeksin (…)* ***0216 211 01 00’ı hemen tuşlayın, çünkü sadece 30 kişi için geçerli olacak. Neden 30? Bu haberi verdiğimizde bir firmayla anlaştık. Bu araç kameralarını yapan bir firmayla… Üstelik gece çekimi yapabiliyor, hani bu Amerikan filmlerinde falan izliyorsunuz ya, polisler gidiyorlar hiç ışığın olmadığı bir yerde gece görüşüyle, aynı öyle******(…) Bunun yanı sıra araç kamerasının yanında bir ekran açılıyor. O ekran HD ekran… Oradan yolu bile takip edebiliyorsunuz. Total fiyatı, bu anlaştığımız firmanın bayilerinde satış fiyatı 570 TL. Ama biz 570 TL’yi unutuyoruz, bugün bu haberi Seymen’de verdiğimiz için (…) 570 TL yerine 99 TL (…)*** *Her şey olduğu gibi doğal, kulak arkası etmeyin. Bugün yarın ben kendim alırım demeyin (…) Bunun yanına bir sürpriz yaptık.* ***Olur da araç kamerasını ciddiye almazlar diye, bunu ben sağladım, bir güneş gözlüğü firmasıyla anlaştık. Onların da satış fiyatı 350 TL idi gözlüklerinin ama bize sponsor oldular, bu araç kamerası sistemlerinin yanına da onu hediye vereceğiz. Göze olur mu diye düşünmeyin, kulağınıza ve gözünüze göre ayarlanabilir sistemli 350 TL değerinde çok şık, çok güzel güneş gözlükleri (…) Yani ikisi bir arada 99 TL (…)****”* şeklinde ifadelere yer verilerek doğrudan satış reklamları ile ilgili olarak mevzuatta yer alan **“Bu tür reklamlarda; ilk kez, son, sadece, tek bir sefer, sınırlı satış, hepsi satılmak üzere, satıldı satılacak gibi ifadelerle tüketiciler mal veya hizmeti satın almaya teşvik edilemez.”** hükmüne aykırı hareket edildiği,

Öte yandan, anılan reklamlarda tanıtımı yapılan ürünler ile ilgili olarak yer verilen ispata muhtaç ifadelerin reklam veren firma tarafından ispatlanamadığı, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı nitelikte olan söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7 nci, uncu, 27 nci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **HP Medya Sipariş Pazarlama Reklamcılık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**67)**

**Dosya No: 2015/1428**

**Şikayet Edilen: İsa TAŞKIN (Lozengrad Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Lozengrad Hotel”***isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak hazırlanan buklet malzemelerinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Buklet malzemeleri

**Tespitler:** *“Lozengrad Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait buklet malzemelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Lozengrad Hotel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait buklet malzemelerinde *“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,

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

**68)**

**Dosya No: 2015/1550**

**Şikayet Edilen: Çakmakçılar İnş. Taah. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Van Ada Palas Oteli)**

**Şikayet Edilen Reklam:** **“*Van Ada Palas Oteli*”** isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.vanadapalasoteli.com](http://www.vanadapalasoteli.com) adresli internet sitesinde, tesise ait tabela ve basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela, basılı materyal

**Tespitler:** Taha Kaplıca Sağlık Turizm San. ve Tic. A.Ş.’ye ait ***“Alya Gordion Termal”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.alyagordiontermal.com](http://www.alyagordiontermal.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“Evinizin rahatlığında 5 yıldızlı bir termal deneyimi için siz de vakit kaybetmeden doğanın ve huzurun birleştiği Alya Gordion Termal’de yerinizi ayırtın.”***ifadelerine; [www.alyagordion.tr.gg](http://www.alyagordion.tr.gg) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise, ***“Alya Gordion Termal ayrıcalığıyla uygun fiyat seçenekleriyle ömür boyu, tapulu, mirasçılara devir hakkına sahip devremülklere sahip olmanın keyfini çıkarın. Bölgenin şifalı suyunun özellikleriyle hem sağlığınıza kavuşun hem de doyasıya tatilin keyfini çıkarın.”*** ifadelerine yer verildiği, ancak yapılan incelemeler sonucunda anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir turizm işletmesi belgesine sahip olmadığı, ayrıca termal tesis ile ilgili olarak Ankara Valiliği Halk Sağlığı Müdürlüğü’ne yapılmış herhangi bir başvurusunun bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Alya Gordion Termal”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.alyagordiontermal.com](http://www.alyagordiontermal.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“Evinizin rahatlığında 5 yıldızlı bir termal deneyimi için siz de vakit kaybetmeden doğanın ve huzurun birleştiği Alya Gordion Termal’de yerinizi ayırtın.”***ifadelerine; [www.alyagordion.tr.gg](http://www.alyagordion.tr.gg) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda ise, ***“Alya Gordion Termal ayrıcalığıyla uygun fiyat seçenekleriyle ömür boyu, tapulu, mirasçılara devir hakkına sahip devremülklere sahip olmanın keyfini çıkarın. Bölgenin şifalı suyunun özellikleriyle hem sağlığınıza kavuşun hem de doyasıya tatilin keyfini çıkarın.”*** ifadelerine yer verildiği, ancak yapılan incelemeler sonucunda anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen herhangi bir turizm işletmesi belgesine sahip olmadığı, ayrıca termal tesis ile ilgili olarak Ankara Valiliği Halk Sağlığı Müdürlüğü’ne yapılmış herhangi bir başvurusunun bulunmadığı tespit edilmiş olup, söz konusu tesisin ilgili Bakanlıktan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına ve Kaplıcalar Yönetmeliği hükümleri doğrultusunda Valilikten alınan tesis ve işletme izni bulunmamasına karşın inceleme konusu reklamlarda ***“5 Yıldızlı”*** ve ***“Termal Tesis”*** 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 ve 29 uncu maddeleri,

- Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 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 **Taha Kaplıca Sağlık Turizm San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2015/1426**

**Şikayet Edilen: Karaova Tur. İşl. İnş. ve Tic. Ltd. Şti. (Hotel My Dream)**

**Şikayet Edilen Reklam:** **“*Hotel My Dream”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.my-dream.marmaris-hotel.net](http://www.my-dream.marmaris-hotel.net) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2015, 12.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Karaova Tur. İşl. İnş. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Hotel My Dream”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.my-dream.marmaris-hotel.net](http://www.my-dream.marmaris-hotel.net) adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Hotel My Dream”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.my-dream.marmaris-hotel.net](http://www.my-dream.marmaris-hotel.net) adresli internet sitelerinde *“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,

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

**71)**

**Dosya No: 2015/1225**

**Şikayet Edilen: Asflaş Tur. İnş. İth. İhr. Dahili Tic. Ltd. Şti. (Ufuk Zafer Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Ufuk Zafer Otel”***isimli turizm işletmesine ilişkin olarak [www.hotelzafer.com](http://www.hotelzafer.com) adresli internet sitesinde, tesise ait broşür ve kartvizitlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** [www.hotelzafer.com](http://www.hotelzafer.com) adresli internet sitesinde, tesise ait broşür ve kartvizitlerde anılan tesisin *“3 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Ufuk Zafer Otel”* isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesiyle belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.hotelzafer.com](http://www.hotelzafer.com) adresli internet sitesinde, tesise ait broşür ve kartvizitlerde, *“Hotel Zafer”* adı altında, *“3 Yıldızlı Otel”* olarakreklamının 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,

- 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 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2 maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**72)**

**Dosya No: 2015/1340**

**Şikayet Edilen: Aktaş Otelcilik Mad. Müh. İnş. Oto. Nak. San. ve Tic. A.Ş. (Aktaş Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Aktaş Otel”*** isimli tesise ilişkin olarakwww.heryerdentatil.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** “*“Aktaş Otel”* isimli tesise ilişkin olarak www.heryerdentatil.com adresli internet sitesinde “3 Yıldızlı Otel” tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Aktaş Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitesinde *“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,

- 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 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aktaş Otelcilik Mad. Müh. İnş. Oto. Nak. 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.

**73)**

**Dosya No: 2015/1356**

**Şikayet Edilen: Fak-Maz Tur. Otl. ve Taş. Tic. Ltd. Şti. (Royal Gaziantep Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Hotel Fortune Delta Resort”*** isimli tesise ait tabelada ve buklet malzemelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela, buklet malzemeleri

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Hotel Fortune Delta Resort”* isimli tesise ait tabelada ve buklet malzemelerinde, "4 Yıldızlı Otel" şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Royal Gaziantep Otel”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, tesise ait tabela ve buklet malzemelerinde *“4 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,

- 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 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2 maddeleri.

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**74)**

**Dosya No: 2015/1545**

**Şikayet Edilen: Kargıcak Turizm İşletmecilik İnş. Yat. ve San. A.Ş. (First Class Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** anılan tesise ilişkin olarak[www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelada 5 yıldızlı otel tanıtımı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “First Class Hotel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelada “5 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,

- 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 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kargıcak Turizm İşletmecilik İnş. Yat. ve San. A.Ş.** 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**75)**

**Dosya No: 2015/1547**

**Şikayet Edilen: Vip Klas Tur. İnş. Tic. ve San. Ltd. Şti. (Klas Hotel Dom)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Klas Hotel Dom”***isimli tesise ilişkin olarak[www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com), [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** anılan tesise ilişkin olarak[www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com), [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada 4 yıldızlı otel tanıtımı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Klas Hotel Dom”*  isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, tesise ilişkin [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com), [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

- 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 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

.

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Vip Klas Tur. İnş. Tic. ve San. Ltd. Şti.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2015/1546**

**Şikayet Edilen: Barçın Turizm İşletmecilik İnş. Yat. ve San. A.Ş. (Klas Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Klas Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak[www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com), [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** anılan tesise ilişkin olarak[www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com), [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada 4 yıldızlı otel tanıtımı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Klas Hotel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com), [www.tatilvitrini.com](http://www.tatilvitrini.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada “4 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,

- 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 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**77)**

**Dosya No: 2015/1194**

**Şikayet Edilen: Assos Otelcilik Tur. San. ve Tic. A.Ş. (Assos Kervansaray Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Assos Kervansaray Otel”*** isimli tesise ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Tarafımızca yapılan incelemede; söz konusu tesise ait Turizm İşletmesi Belgesi’nde tesis oda kapasitesinin 39 olarak belirtildiği, tesise ait broşürlerde ise oda sayısının 70 olarak gösterildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Assos Kervansaray Otel”* isimli turizm işletmesine ait broşürlerde, söz konusu tesisin oda kapasitesinin turizm işletmesi belgesinden farklı olarak “70 adet oda…” şeklinde belirtildiği dolayısıyla anılan tanıtımların 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,

- 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Assos Otelcilik Tur. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**DİĞER**

**78)**

**Dosya No: 2015/1414**

**Şikâyet Edilen: Flokser Tekstil San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.sertex.com.tr](http://www.sertex.com.tr) adresli internet sitesi, tabelalar, fuar ve benzeri yerlerdeki reklam afişleri ile muhtelif yayın organlarında ***“Sertex Deri-Süet-Kumaş”*** şeklinde yapılan tanıtım ve reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet sitesi, tabelalar, fuar ve benzeri yerlerdeki reklam afişleri ile muhtelif yayın organları

**Tespitler:** İnternet sitesinin; 16.10.2015 tarihli görünümünde; *“****Tüm Deri, Süet ve Kumaş*** *ürünlerimizin online satışı başlamıştır…Döşemelik dünyasının baş mimarlarından olan Sertex; tecrübesi, uzmanlığı ve üretken yapısı ile sektörde mobilyadan dekorasyona tüm ihtiyaçları karşılıyor.* ***Deri, süet ve kumaş ürün gruplarını*** *hem kendi içinde hem de bir birleri ile kombin yapabileceğiniz Sertex ürünleri, tüm yaşam alanlarınız için ayrıcalık sağlıyor…”* şeklinde ifadeler ile diğer mecralarda da yapılan tanıtımlarda “***Deri, Süet ve Kumaş”*** ibaresinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mevzuatsal anlamda yapılan incelemelerde; herhangi bir mevzuatta “deri” kelimesinin tanımına rastlanmamış; bu yönde suni deri üretenlerin mutlaka bu ibareyi kullanacağı ve “deri” kelimesinin sadece “gerçek/hakiki deri” kavramını kapsadığı sonucuna ulaşılamadığı,

Diğer taraftan **Flokser Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş’nin** “son formda” tüketicilere yönelik ürün üretmediği, iş hacminin tacirlere yönelik olduğu ve faturalarında “suni deri” ibaresini açıkça kullandığı,

Bununla beraber internet sitesinde “gerçek deriye yaklaşan zeminiyle” ifadesine yer verildiği ve bütün katalog ürünlerinin açıklamasında kimyasal içeriklerinin oranlarıyla beraber açıklandığı,

Gerçek/hakiki deri kullanıcıları ile özdeşleşen ve piyasada suni deri üreticilerinden ayrılmalarını sağlayan “işaretin/şeklin” **Flokser Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş** tarafından internet sitesi ve tabela gibi mecralarda kullanılmadığı, ve hatta başvuru sahibi Dernek tarafından gönderilen muhtelif suni deri üreticilerinden bazılarına ait incelenen tabela görüntülerinde bahsi geçen” işaretle/şekille” karıştırılması çok muhtemel benzer bir işaretin kullanıldığı bu durumun mevzuatsal anlamda aykırılığa konu olabileceği anlaşılmıştır.

Sonuç olarak, söz konusu şikayete konu iddiaların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**79)**

**Dosya No: 2015/1412**

**Şikâyet Edilen: Üner Mühendislik Elektronik İnş. Yapı San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** *“Kanal 38”* logolu televizyon kanalı ile *“Haber 38”* isimli gazetede yapılan tanıtımlar

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

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, gazete, billboardlar

**Tespitler:** Firma tarafından billboardlarda ön ödemeli konut satışı yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Genel Müdürlüğümüzce yapılan araştırmalar sonucunda Kayseri Ticaret İl Müdürlüğü tarafından şikayete tabi projeden ev satın alan tüketicilere ait herhangi bir sözleşme örneği gönderilmediği için, şikayete tabi projenin ada-parsel numarası tespit edilemediği, bununla beraber gazete ve televizyonda bahsedilen şikayete konu reklam ve görüntülerin de firmanın cevabi yazısının ekinde gönderdiği ada-parsel ile aynı olup olmadığının anlaşılamadığı ifade edilmiş, bunun üzerine Kayseri Ticaret İl Müdürlüğünce yerinde inceleme yapılarak; gönderilen kroki üzerinde aynı mahallede aynı firmanın 3 farklı projesi olduğu, Kanal 38’de yapılan tanıtımların belli bir saniyeye kadar bir proje önünde belli bir saniyeden sonra şehir dışındaki panolar önünde çekildiği ve birbiriyle alakası olmadığı, bununla beraber Üner City isimli firmanın tüm projeleri için yapı ruhsatını haiz olduğu Bakanlığımıza bildirilmiştir.

Bahsi geçen açıklamalar karşısında söz konusu şikayete konu iddiaların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2015/1351**

**Şikayet Edilen:** **Alçe Grup İnşaat Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “*Metropolkent Büyükyoncalı Konutları”*** isimli projeye ilişkin olarakinternet sitesinde ve broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Katalog, İnternet

**Tespitler:** Muhtelif broşür örneklerinde; “*Birinci sınıf malzeme ve işçilik, dış cepheler mantolama, %70 yeşil alan, kapalı yüzme havuzu, , voleybol basketbol sahaları, tenis kortu, çocuk oyun alanları, siteye özel açık otopark, alışveriş merkezi, 24 saat güvenlik hizmeti, bina altlarında sığınak, radyajeneral temel…****Daire özellikleri:*** *…uydu anten bağlantısı…2+1=114 mertekare daireler (brüt)…38.000 euro’dan başlayan fiyatlarla…”* şeklinde ifadelere ve çevre düzenlemeli proje görsellerine yer verildiği,

[www.alcegrupinsaat.com.tr](http://www.alcegrupinsaat.com.tr) adresli internet sitesinin 16.04.2015 tarihli görünümünde; *“Metropolkent Büyükyoncalı konutları.. Kapaklı- Saray Anayolu üzerinde, kapalı yüzme havuzlu, alışveriş merkezli, voleybol basketbol sahaları, çocuk oyun alanları olan site, 114 mertekarelik daireler…Trakya’nın en hesaplı, en lüks konutları Çerkezköy Büyükyoncalı’da…****Site özellikleri:*** *Birinci sınıf malzeme ve işçilik, dış cepheler mantolama, %70 yeşil alan, kapalı yüzme havuzu, , voleybol basketbol sahaları, tenis kortu, çocuk oyun alanları, siteye özel açık otopark, alışveriş merkezi, 24 saat güvenlik hizmeti, bina altlarında sığınak, radyajeneral temel…****Daire özellikleri:*** *…uydu anten bağlantısı…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

Anılan hususların açıklığa kavuşturulması amacıyla Tekirdağ Ticaret İl Müdürlüğü tarafından Kapaklı-Saray Anayolu üzerinde bulunan **Metropolkent Büyükyoncalı adlı konutlara yerinde denetim yapılması sonucunda;**

Apartman yönetimi tarafından değil firma tarafından sağlanması gereken;

* Mevcutta çevre düzenlemesinin hiç yapılmadığı, herhangi bir yeşil alan ve ağaç olmadığı,
* Otopark olarak özel düzenlenmiş bir alanın bulunmadığı,
* Sitenin etrafının açık olduğu ve güvenlik zaafının bulunduğu,
* Binaların altındaki sığınak ve kapıcı dairlerinin kullanıma elverişli olmadığı,
* Kapalı yüzme havuzu, alışveriş merkezi, voleybol sahası, basketbol sahası, tenis kortu ve çocuk oyun alanının hiç mevcut olmadığı,
* Uydu anteni bağlantısının teknik şartnamede yer alması ve teslim sırasında yapılması zorunlu şartlardan olmasına rağmen yapılmadığı (kat maliklerinin kendi aralarında para toplayarak yaptırdığı),

tespit edilmiş ve yukarıda bahsi geçen hususlara rağmen söz konusu evlerin aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte ve eksik bilgiler içeren söz konusu internet sitesi ve broşür ile tüketicilere tanıtımına devam edildiği anlaşılmıştır.

Nitekim yapı ruhsatının 2009 yılında alınması (7 yıl önce) ve ön ödemeli konut satışlarının teslim süresinin en fazla 36 ay (3 yıl) olduğu göz önüne alındığında hali hazırda daha 4. binanın (D blok) yapım aşamasında olduğu ve tarafınızca “sitenin tamamı bittiğinde vaat edilenleri yapacağız” şeklinde yapılan beyana göre sitenin toplam 8 bloktan oluştuğu dikkate alındığında tüketicilerin daha 4 binanın yapımını beklemeleri gerekeceği, ne var ki bu durumun inşaat sektöründe faaliyet gösterdiği için bilen-bilmesi gereken taraf olan söz konusu firma tarafından öngörülerek anılan projeye başlanması gerektiği ve makul sürenin fazlasıyla aşılmasına rağmen yukarıda bahsi geçen vaatlerin yerine getirilmediği, kaldı ki proje tadilatı söz konusu olsa bile bu şekilde vaatler içeren reklam örnekleriyle tanıtımlara devam edilemeyeceği, bu sebeple sitedeki dairelerin satışını sağlamak amacıyla muhtelif reklam mecralarının kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,

Dolayısıyla yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 27, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Alçe Grup İnşaat Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2015/1190**

**Şikayet Edilen:** **Aşkın SOMUNCU (AŞKIN GRUP DENİZCİLİK)**

**Şikayet Edilen Reklam:** muhtelif internet siteleri, ilanlar ve tüketicilere gönderilen kısa mesajlar ile maillerde yer verilen ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet siteleri, ilanlar ve tüketicilere gönderilen kısa mesajlar ile mailler.

**Tespitler:** [www.ilanposta.com](http://www.ilanposta.com) adresli internet sitesinin 20.01.2015 tarihli görünümünde; *“Yük-yolcu gemilerine ve özel turistik yatlara HİZMET satın aldığımız işletmelerde çalıştırılmak üzere maaş+tüm sosyal haklarla, vasıflı vasıfsız personel alınacaktır. Kurs kayıtları başlamıştır. Konaklama sağlanmaktadır. M.E.B Denizcilik Müsteşarlığı onaylı iş garantilidir…”* şeklinde ifadelere,

[www.elemanonline.com](http://www.elemanonline.com).tr adresli internet sitesinin 20.01.2015 tarihli görünümünde; *“Uluslararası yurtiçi yük ve yolcu gemilerimizde (yüksek maaş+ SGK+ Mesai) ile çalışacak aşçı, gemici, garson, makineci, kaynakçı, elektrikçi, vasıflı vasıfsız en az ilkokul mezunu 55 yaşını geçmemiş personeller alınacaktır. M.E.B’e bağlı Denizcilik Müsteşarlığı onaylı kurslarımızda, adaylarımıza kaptan-mühendis-yat kaptanlığı-gemici-yağcı-aşçı-kamarot eğitimleri vermekteyiz. Hizmet satın aldığımız işletmelerdeki gemilerimizde çalıştırılmak üzere* ***kurs sonrası iş şirketimiz tarafından sağlanacaktır****…”* şeklinde ifadelere,

 [www.askingrupdenizcilik](http://www.askingrupdenizcilik) adresli internet sitesinin 20.01.2015 tarihli görünümünde ise; *“ULUSLARARASI GEMİLERDE ÇALIŞMAK İSTEYEN; Gemilerde çalışmak isteyenler, iş arayanlar, sigortalı işim yok diyenler, dünyayı gezmek ve de aynı zamanda para kazanmak istiyorum diyenler için kaçırılmayacak bir fırsat. Ülkemizin 3 tarafı denizlerle çevrili olduğu halde denize gerekli önemi vermeyen halkımızı bilinçlendirmek ve denizi sevdirerek denizci yetiştirmekteyiz. Son 10 yılda hızla gelişen denizcilik sektörü bu alanda yetişmiş insan gücüne ihtiyacı günden güne artıyor. Bu sebeple MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞINA BAĞLI DENİZCİLİK MÜSTEŞARLIĞI TARAFINDAN ONAYLI gemi adamı yetiştirme kursumuz aynı zamanda insan kaynakları alanında da faaliyet göstermektedir. Kursumuz da çok ciddi bir eğitimden geçirilen gemici ve yağcı adayları kısa bir sürede iş bulma şansına sahip olmaktadırlar. Gemi adamı yetiştiren firmamız kursiyerlerimize de aynı zamanda hizmet satın aldığımız şirketler ve işletmelerde* ***istihdam garantisi verilmektedir.*** *Gemi adamı cüzdanı alabilmek için gerekli bilgiler için bizi arayın. İşiniz ihmal olmadan kısa sürede gemi adamı cüzdanınız ve STCW belgeleriniz elinize geçecektir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde ve diğer mecralarda yapılan tanıtımlar değerlendirilmiş olup; başvuru sahibi tüketicinin yukarıda söz konusu firma tarafından “iş garantisi” şeklinde vaat edilen hususlar için anılan kursa 1600 TL ödeme yaparak kaydolduğu, çeşitli ek masraflar da gerçekleştirmiş olmasına rağmen kendisine herhangi bir iş imkanı sağlanmadığından dolayı anılan reklamların aldatıcı ve tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup; bahsi geçen tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Aşkın SOMUNCU (Aşkın Grup Denizcilik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**82)**

**Dosya No: 2015/1620**

**Şikayet Edilen: ATM Dış Tic. Paz. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu [www.joker.com.tr](http://www.joker.com.tr) adresli internet sitesinde “Besafe Grl İzi Confort X3 ISOfix” isimli ürüne ilişkin olarak; *“Avrupa’da otorite olarak kabul görmüş ADAC ve Stiftung Warentest’lerde EN İYİ SONUCU alarak TEST ŞAMPİYONU oldu.”, “ADAC testinde en iyi ve en güvenli oto koltuğu olarak seçilmiştir. Bebeğinize* ***en*** *güvenli ve* ***en*** *konforlu yolculuğu sunarken aynı yüksek oturma olanağı sayesinde daha geniş görüş olanağı sunmakta.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

 **Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından gönderilen cevap dilekçesinde yer alan ve ilgili tanıtımlarda bahsi geçen ADAC test sonuçları incelendiğinde, teste katılan diğer üretici firmaların bazı ürünlerinin, şikayet konusu “*Besafe*” markasına ait “Confort X3 ISOfix” modelinden daha iyi sonuçlar elde ettiği, bu doğrultuda *“ ADAC testinde en iyi ve en güvenli oto koltuğu seçilmiştir”* ve *“ADAC ve Stiftung Warentest’lerde EN İYİ SONUCU alarak TEST ŞAMPİYONU oldu*” ifadelerinin gerçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen ilgili tanıtımların aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve bu durumun;

Dolayısıyla, söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-g, 7/8, 9/4, 32 nci maddeleri

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**83)**

**Dosya No: 2015/88**

**Şikâyet Edilen:** [**www.tuketicimasraflari.com**](http://www.tuketicimasraflari.com)ve **www.tuketicimasasi.com**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.tuketicimasraflari.com.tr](http://www.tuketicimasraflari.com.tr) adresli internet sitesinde ve anılan site üzerinden doğran yönlendirme yapılan [www.tuketicimasasi.com](http://www.tuketicimasasi.com) adresli internet sitelerinde yer alan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.tuketicimasraflari.com.tr](http://www.tuketicimasraflari.com.tr) ve [www.tuketicimasasi.com](http://www.tuketicimasasi.com) adresli internet sitelerinin 01.10.2015 tarihli görünümlerinde;

*Hakem heyeti kararlarını elinde bulunduran tüketicilerin yapması gerekenler. TIKLAYINIZ. Tüketici mağduriyetleriniz ile ilgili tuketicimasasi.com adresinden de bizlere ulaşabilirsiniz. Bireysel başvurduğunuz tüm kredi masraflarını haklarınızı kullanarak ücretsiz alabilirsiniz. Tüketicilerin dikkatine; TuketiciMasraflari.com ve TuketiciMasasi.com olarak, sitelerimiz tamamen bilgilendirme amaçlı olup hiç bir ticari faaliyet içermemektedir. Tüm tüketicilere yol göstermeyi amaçlayarak kurduğumuz bu sistem ile tüm tüketicilere iade süreçlerinin avukatlar tarafından takip edilmesini tavsiye ederek, yüzlerce tüketiciyi bilgilendirerek dolandırılmamalarını sağlamış bulunmaktayız. Hakem heyetinden kararını alan tüketicilerin dikkatine Tüketiciler söz konusu kararları ile bankalara veya kredi kurumlarına başvurabilmektedirler. Fakat kurumlar tüketicilerin bireysel başvurularını kurum politikaları gereği çoğu zaman işleme almamakta veya caydırıcı bir süreç takibi yapmaktadırlar. Bu tür durumlarda kesin çözüm tüketicilerin ellerindeki kararları ''İcra ve İflas Kanunu'' kapsamında kullanmaları, banka veya kredi kurumlarının olası caydırıcı tutumlarının önüne geçmeleridir. Tüketici Masrafları ve* [*Tüketici Masası*](http://www.tuketicimasasi.com) *olarak bizlerin tavsiyesi ise güvenilir avukatlar eşliğinde hakem heyeti kararlarınızı işleme koymanızdır. Bu sayede icra usulüne hâkim olan avukatlar sizin adınıza süreci çok daha hızlı ve sorunsuz sonuçlandıracaklardır. Kararlarınızın işleme alınması ile ilgili bizlerden detaylı bilgi alabileceğinizi hatırlatır, bizlere ya da başka kurum veya şahıslara güvenmeden önce muhatap olacağınız kişilerin gerçek avukatlar olmasına dikkat etmenizi ve aşağıdaki link ile sicil numaralarını sorgulayarak olası dolandırıcılıkların önüne geçmenizi öneririz.* *Avukatlarınızı sicil numaraları ile barodan sorgulayınız. Tıklayınız. Masraf iadeleri tüm tüketicilerin yasal hakkı olup ücret gerektirmeyen bir süreçtir. Detaylı bilgi için bizleri ziyaret edebilir, iletişim formumuzu doldurabilir veya tüketici hattımızı arayabilirsiniz.*” şeklinde,

 “*Tüketici masrafları nelerdir?”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda*; “BİREYSEL KREDİLER doğrudan şahıs üzerine; bankalar, vdf, koç finans vb. kurumlardan alınan ticari olmayan kredilerdir. Bu kredilerde kredilerin türü önem arz etmemektedir. Bireysel kredileri; taşıt kredileri, konut kredileri, mortgage kredileri gibi örneklendirebiliriz. Bahsi geçen bireysel kredilerden son 10 yıl içinde kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. YAPILANDIRMA ÜCRETLERİ yapılandırma ücretleri, tüketicilerin çekmiş oldukları kredileri aynı bankadan güncel faiz oranının düşmesi ve benzeri gibi sebeplerle, ödeme planlarını yapılandırmalarından ötürü kesilen ücretlerdir. Bu tür yapılandırmalar da kurumların son 10 yıl içinde kesmiş oldukları tüm masraflar tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir. İHTİYAÇ KREDİSİ ihtiyaç kredileri bazı kurumlar tarafından; memurlara özel krediler, bayram kredileri, tatil kredileri gibi alternatif isimlerle adlandırılabilirler. Bu tür krediler için de son 10 yılda kesilen tüm ücretler tüketici kanunu kapsamında iade alınabilir*.” şeklinde*,*

“*Tüketici Kanunu md.5”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda*; “Tüketicilerin kredi kurumlarıyla imzalamış oldukları  sözleşmeler önceden bankalar tarafından hazırlanmış matbu sözleşmelerdir ve tüketicinin bu sözleşmelere müdahale etme imkânı bulunmamaktadır. Bu sebeple tüketicinin durumunu aleyhinde olumsuz yönde değiştiren sözleşme maddeleri haksız şart niteliğindedir. Tüketici hakları dayanağı olarak, tüketici kanunu md. 5'ya göre bankalar vb. kredi kurumlarının tüketicilerden kestikleri geriye dönük 10 yıllık; dosya masrafları vb. ücretlerin tümünün iadesi tüm tüketicilerin hakkıdır.”* şeklinde*,*

“*Nasıl Geri Alabilirim? ”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda*; “Tüketiciler 3300 TL altındaki kesintiler için iade taleplerini ilçe hakem heyetlerine, 3300 TL'nin üstündeki kesintiler için ise tüketici mahkemelerine başvurmaları gerekmektedir. Ancak sadece mahkemeye veya hakem heyetine başvuru yapmak yetmemektedir. Tüketici lehine verilen, tüketici kanunu md. 5'e göre bedel iadesi kararları icraya konarak kurumlardan tahsil etmek gerekmektedir. Bu prosedürler genellikle birçok tüketici için uğraşmak istemedikleri bir süreç ve zaman kaybıdır. Bir başka çözüm ise doğrudan avukatlar aracılığı ile süreç takibidir fakat bu yöntem ile meydana gelecek avukatlık masrafları ve yargılama giderleri tüketicinin alacağı iade bedelini anlamsız kılmaktadır. Peki, bizler neden ücret talep etmiyoruz? Sizler gibi bizlerde bu tür mağduriyetlere maruz kalmış tüketiciler olarak gönüllü kurmuş olduğumuz bu sistem ile sizleri detaylı bilgilendirerek mağdur olmamanızı hedeflemekteyiz. Bugüne kadar birçok dosya masrafını tahsil etmiş tüketiciyi bilgilendirmiş ve 2. sitemiz olan Tüketici Masasını yayına almış bulunmaktayız. Peki, kesintilerin iadesi ne kadar zaman almaktadır? Ücret iadesi başvurulan kuruma göre değişkenlik göstermektedir. Yani hakem heyetine başvurulduğunda farklı bir prosedüre, mahkemeye başvurulduğunda farklı bir prosedüre tabiidir. Bu nedenle ücret iadeniz 6 ay ile 12 ay arasında değişmektedir. Bu sürecin sonunda tüketiciye kesinti yapılan tutar kuruşu kuruşuna iade edilmektedir.”* şeklinde*,*

“*Sürecin takibi için gerekli belgeler nelerdir? ”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda*; “Özellikle kredi kullanmış olduğunuz bankadan yapılan kesintiyi gösteren aşağıdaki belgelerden en az biri yeterlidir; Kredi sözleşmesi, Kredi geri ödeme planı, ( masraf kesintisini gösteren ) Masraflarınızı gösteren dekontlar.”* şeklinde*,*

“*Tüm tüketicilerin dikkatine”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda*; “Tüketici Masrafları olarak, sizleri önemli bir kaç hususta uyarmak durumundayız. Sizlere kısa mesaj veya telefonla ulaşarak masraf iadesi işlemleri için kredi kartı numaranızı talep eden kişi veya kurumlara itibar etmeyin. Masraf iadelerinin otomatik olarak hesaplanabilmesi mümkün değildir. İade tutarınız dekontlarınızın incelenmesi ile belirlenir ve kuruşu kuruşuna geri alınabilir. Masraf iadeniz için başvuru belgesi veya dilekçe satan, kapıda ödeme isteyen kişi ve şahısların  güvenilirliğini sorgulayınız. Unutmayınız ki bireysel kredi masraflarınızın iadesi yasal hakkınızdır. Bu hakkınızı kullanmanızda size yardımcı olacak tüm özel kuruluşları detaylı inceleyiniz ve bizlerden ayrıntılı bilgi edininiz.”* şeklinde,

*“İletişim”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda*; “Bireysel tüketici kredilerinden kesilen tüm masraflarınızın, iade sürecine başlanması ya da süreç ile ilgili bilgi alabilmeniz için bizleri aramanız veya kredi durumunuz ile ilgili formumuzu doldurmanız yeterlidir. Hafta içi, 09:00 – 18:00 Hafta sonu, 10:00 - 13:00 (850) 840 08 35”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla bankalar tarafından tahsil edilen kredi dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin danışmanlık hizmetinin sunulduğunun belirtildiği;

Tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamalardan doğacak uyuşmazlıklarda yasal çözüm mercii olarak öngörülen 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;

Hukuki meselelerde mütalaa verme, mahkeme, hakem veya yargı yetkisini haiz bulunan diğer organlar huzurunda gerçek ve tüzel kişilere ait hakları dava etme ve savunma, adli işlemleri takip etme, bu işlere ait bütün evrakı düzenleme yetkisinin yasal olarak yalnızca avukatlara ait olduğu; ancak inceleme konusu tanıtımlar ile anılan site tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğu;

Söz konusu yasal süreçlerin bir an için anılan firma bünyesinde faaliyette bulunan avukatlar aracılığı ile gerçekleştirildiği halinde ise avukatların reklam yapmalarının her halükarda yasak olması nedeniyle diğer benzer meslek sahipleri açısından haksız rekabete yol açıldığı;

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

 Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 28 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 1-8”,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren [**www.tuketicimasraflari.com**](http://www.tuketicimasraflari.com)ve **www.tüketicimasasi.com** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2015/1531**

**Şikâyet Edilen: Engin DİNLER (Engin Danışmanlık)**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“Yeni girişimcilere müjde! 100.000 tl’ye kadar 30.000 tl’si hibe olmak üzere kredi imkanı. Var olan işletmeleriniz için de bizi arayabilirsiniz. 0850 304 75 66”*** ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Muhtelif tüketicilere 08.05.2015 tarihi öncesi ve sonrasında anılan firma tarafından gönderilen kısa mesajlarda; “Y*ENİ GİRİŞİMCİLERE MÜJDE! 100.000 TL’YE KADAR 30.000 TL’Sİ HİBE OLMAK ÜZERE KREDİ İMKANI. VAR OLAN İŞLETMELERİNİZ İÇİN DE BİZİ ARAYABİLİRSİNİZ. 0850 304 75 66*” şeklinde ifadelere yer verilerek tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadelerle; 5411 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamında, mevduat bankalarının ve katılım bankalarının kredi kuruluşu olarak tanımlandığı; bu itibarla, ancak bankaların nakdi, gayri nakdi  her cins ve surette kredi verme işlemlerini gerçekleştirme yetkisinin bulunduğu; ancak, tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan ifadeler ile yasal olarak münhasıran bankalara özgülenmiş bulunan kredi verme faaliyetinin kuruluşunuz tarafından gerçekleştirilebileceği algısının oluşturularak tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksiklerinin istismar edildiği anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 1-8”,

- 5411 sayılı Bankacılık Kanun’un 3 ve 4 üncü maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Engin DİNLER (Engin Danışmanlık)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**85)**

**Dosya No: 2015/1532**

**Şikâyet Edilen: Emar Grup Elektronik Kozmetik Tek Gıda Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklâm: “*Sayın Müşterimiz! Düzenli Ödemelerinizden Adınıza Tamamlanan Galaksy S6 Cep Telefonunuz ve 500 dk’nız için 08508112622/08508112624 i Arayınız SMS iptali için bity.ly/IDBs5h5”***ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.06.2015 – 24.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** Muhtelif tüketicilere; 08.06.2015 öncesi ve sonrası tarihlerinde gönderilen kısa mesajda; “*Sayın Müşterimiz! Düzenli Ödemelerinizden Adınıza Tamamlanan Galaksy S6 Cep Telefonunuz ve 500 dk’nız için 08508112622 i Arayınız SMS iptali için bity.ly/IDBs5h5”* şeklinde, 24.08.2015 öncesi ve sonrası tarihlerde gönderilen kısa mesajda; *“Sayın Müşterimiz! Düzenli Ödemelerinizden Adınıza Tamamlanan Galaksy S6 Cep Telefonunuz ve 500 dk’nız için 08508112624 i Arayınız SMS iptali için bity.ly/IDBs5h5”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu mesajlarda yer verilen ifadelerle daha önce abone olunan bir hizmet karşılığı yapılan düzenli ödemeler sebebiyle hediye kazanıldığı algısı yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı, anılan firma tarafından da iade sistemine ilişkin herhangi bir kanıt sunulamadığı anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 15”,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Emar Grup Elektronik Kozmetik Tek Gıda Tur. San. Ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **27.527-TL (Yirmiyedibinbeşyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2015/1321**

**Şikâyet Edilen: Hacıömer Tekgül-Profsit Profesyonel Site Ve İş Merkezi Yöneticiliği Ve Temizliği, Gayrimenkul Danışmanlığı, Ekspertiz Hizmetleri, Oto Kiralama, Turizm, Hurda Oto Parça Ticareti, Oto Tamirciliği, İnşaat Müteahhitliği (Tekgül İnşaat)**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.tekgulinsaat.com](http://www.tekgulinsaat.com) adresli internet sitesinde yapılan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.tekgulinsaat.com](http://www.tekgulinsaat.com) adresli internet sitesinde “*Şirket Profili*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“…bünyesindeki 3 şirketle…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.tekgulinsaat.com](http://www.tekgulinsaat.com) adresli internet sitesinin 09.09.2015 tarihli görünümünde “Şirket Profili” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“2000 yılında H. Ömer TEKGÜL tarafından otomotiv sektöründe “Ömer Oto” yedek parça ve araç satışı yapan firmayı kurarak iş hayatına başlamıştır. Bu alandaki başarısından ve bilinirliğinden elde ettiği kaynakla, çağın gereksinimi ve ihtiyacı olan, inşaat sektöründe 2004 yılında “Tekgül İnşaatı” kurarak konut sektörüne adım atmıştır. Yenilikçi, çağdaş ve modern mimariyle ürettiği yaşam alanlarıyla, sektörde bilinen ve güvenilen bir marka olmuştur. Bu güçle 2010 yılında PROSİT’i kurarak hizmet sektörüne girmiş olup bünyesindeki* ***3 şirketle*** *ve öz sermayesiyle müşterilerimize, ülkemize katma değer üretmeye devam etmektedir…”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve fakat firma bünyesinde farklı faaliyetler yürütülmesi ile 3 ayrı şirket olması hususlarının farklı durumlar olduğu, 3 ayrı şirket var ise her birinin ayrı ticaret unvanı olması gerektiği fakat bu belgenin Bakanlığımıza sunulmadığı dolayısıyla yaratılan güven duygusu ile tüketicilerin yanıltıldığı anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Hacıömer Tekgül-Profsit Profesyonel Site Ve İş Merkezi Yöneticiliği Ve Temizliği, Gayrimenkul Danışmanlığı, Ekspertiz Hizmetleri, Oto Kiralama, Turizm, Hurda Oto Parça Ticareti, Oto Tamirciliği, İnşaat Müteahhitliği (Tekgül İnşaat)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.