**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  9 Şubat 2016

**Toplantı Sayısı :** 245

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/1243**

**Şikayet Edilen: Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“1 Yıl Kullanım Sözüyle Giriş + Film Paketi Ayda Sadece 35.99 TL"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.08.2015-27.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** 01.08.2015-27.09.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“1 Yıl Kullanım Sözüyle Giriş + Film Paketi Ayda Sadece 35.99 TL"**başlıklı reklamların ana vaadinde; ***“Her şeyin mümkün olduğu bir dünya hayal edin. Burada ejderhalarla uçabilir, rüyalarda dolaşabilir, ölümsüz aşkı bulabilirsiniz. Üstelik 1000’den fazla filmden istediğinizi seçebilir, dilediğiniz zaman izleyebilirsiniz. Çünkü burası Digitürk, burada imkansız diye bir şey yok. Her ay en iyi ve en yeni yüzlerce film Digitürk film paketinde. Film paketi ayda sadece 35,99 TL”*** ifadelerine, altyazıda ise *“Bu kampanyadan yararlanmak için 12 ay taahhütle Giriş + Film + HD servisine üye olunması gerekmektedir. Giriş + Film + HD servisi, aylık 35,99 TL olarak faturalanır. Lig TV hediyesine Fenerbahçe – Galatasaray maçı dahil değildir. Kurulum hediye olup aktivasyon 20 TL’dir. Bu kampanya 3 Eylül 2015’e kadar yeni üyelikte geçerlidir”* 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 “en yeni yüzlerce film” ve “1000’den fazla film” ifadelerini karşılayacak sayıda filmin, her ay tanıtımı yapılan film paketine dahil olduğunun ispatlandığı 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.

**2)**

**Dosya No: 2015/961**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Dünyanın En Hızlı 3G Mobil İnterneti"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.06.2015-30.06.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** 17.06.2015-30.06.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamların ana vaadinde; **“*Dünyanın en tez canlı, en yerinde duramayan insanlarının yaşadığı ülkemize dünyanın en hızlı 3G mobil internetini sunmak bizim görevimiz. 3 kat hızlı 3 taşıyıcılı internet teknolojimizle hizmetinizdeyiz. Turkcell birlikte her gün daha iyiye”*** ifadelerine, durağan yazıda ***“Dünyanın En Hızlı 3G Mobil İnterneti”, “Bu teknolojiyi Turkcell Turbo T50 desteklemektedir. Sadece Turkcell’de”*** ve ***“3 kat hızlı”*** ifadelerine ve altyazıda *“Üç taşıyıcılı teknolojiyle tek taşıyıcılı (21,1 Mbps) cihazlara göre 3G şebekede 63.3 Mbps’e varan hızlarda veri indirilebilir, destekleyen baz istasyonu ve cihazdan hizmet alınmalıdır. Hız; kapsamaya, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, baz istasyonu uzaklığına, cihaza ev bağlanılan siteye göre değişebilir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan üç taşıyıcılı internet teknolojisini reklamın yayınlandığı dönemde tüketicilerin kullanımına sunan ilk ve tek operatörün Turkcell olduğu, reklamın ana vaadinde yer alan ifadeler ile altyazıdaki ifadelerin birbiriyle çelişki oluşturmadığı, halen 3G teknolojisinin geliştirmelerinin takip edildiği düşünüldüğünde, dünyada kullanılmıyor olsa da firmanın kendi tüketicilerinin kullanımına sunduğu bir teknolojinin tanıtımının yapılmasının haksız rekabet yol açmadığı 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.

**3)**

**Dosya No: 2015/1242**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Turkcell 4.5G ile Mobil İnternette Ultra Hız Devrimi Başlamak Üzere"*** ve ***"En Hızlının En Hızlısı Yine Turkcell’den"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2015-31.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Açık hava

**Tespitler:** 24.08.2015-31.10.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“Turkcell 4.5G ile Mobil İnternette Ultra Hız Devrimi Başlamak Üzere"** başlıklı reklamların ana vaadinde; ***“Dünyanın en hızlı mobil internet çağını başlatmaya hazır mısınız? O zaman başlayalım. Dünyanın en hızlı mobil interneti 4.5G çok yakında Turkcell ile Türkiye’nin hizmetinde. Turkcell 4.5G ile mobil internette ultra hız devrimi başlamak üzere”*** ifadelerine, altyazıda “*4.5G teknolojisi IMT-Advanced çerçevesinde 150Mbps üstü hızlarda veri indirmeye olanak sağlar. 4.5G teknolojisinden, 4.5G baz istasyonlarından servis alınıp 4.5G uyumlu SIM kart ve destekleyen cihaz kullanılarak yararlanılabilir. 4.5G’de üst bağlantı hızı, kapsama alanına, hizmet alınan baz istasyonuna, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza, başlanılan siteye ve baz istasyonuna olan uzaklığa göre değişim gösterebilir. Bilgi için: turkcell.com.tr”* ifadelerine, açık hava ilanlarında ***“En Hızlının En Hızlısı Yine Turkcell’den. 375 megabit/saniye hız. Çok yakında 81 ilde”*** ifadelerine ve harita görselinde Türkiye ile birlikte KKTC ve Karadeniz’in kuzeyindeki bazı Avrupa ülkelerinin de firmanın rengiyle kaplandığı ve firmaya ait [www.turkcell.com.tr](http://www.turkcell.com.tr) adresli internet sitesinin *“4.5G servisini hangi ülkelerde kullanabilirim?”* başlıklı kısmında *“Geçerli olduğu ülkeler: ABD (AT&T), Almanya (Telekom Deutschland), Arnavutluk (Telekom Albania), Avustralya (Optus), Avusturya (A1 Telekom & Hutchison), Belçika (Mobistar & KPN), Çek Cumhuriyeti (T-Mobile), Çin (China Mobile & China Unicom), Danimarka (Telia), Endonezya (Telkomsel), Estonya (EMT), Fransa (Orange & Bouygues Telecom), Filipinler (Globe Telecom), Finlandiya (Sonera), Güney Kore (SK Telecom), Hırvatistan (VIPnet & Crotian Telecom), Hollanda (KPN), İspanya (Orange & Yoigo Xfera Moviles), İngiltere (Everything Everywhere), İsveç (TeliaSonera & Telenor Sweden), İsviçre (Swisscom), İtalya (Telecom Italia), Japonya (NTT DoCoMo), Kanada (Telus & Bell Mobility & Rogers Wireless), Katar (Q-Tel), Lihtenştayn (Swisscom), Lüksemburg (Orange), Macaristan (T-Mobile), Norveç (TeliaSonera Netcom & Telenor Norway), Polonya (Orange), Portekiz (NOS), Romanya (Orange), Rusya (Megafon & Beeline), Singapur (StarHub), Slovenya (Si.Mobil & Mobitel), Sri Lanka (Mobitel), Suudi Arabistan (Etihad Etisalat Mobility), Tayland (Dtac), Tayvan (Far Eastone), Yen, Zelanda (Spark)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer verilen; ***“En Hızlının En Hızlısı Yine Turkcell’den”*** ve ***“375 megabit/saniye hız”*** ifadeleri ile ülkemizde 4.5G hizmeti sunulmaya başlandığında Turkcell tarafından tüketicilere *375 megabit/saniye hızın* sunulabileceği algısı oluşturulduğu, ancak 4.5G teknolojisinin sunumunda ulaşılabilecek maksimum hız; firmaların şebekelerinde uyguladıkları topoloji, kullandıkları standart ve frekans bantları, hava koşulları, abone sayıları, trafik yoğunluğu, hizmet alan kullanıcıların el terminallerinin desteklediği teknoloji ve frekanslar ve firmaların farklı saha tecrübeleri gibi birçok parametreye bağlı olarak değişkenlik gösterebileceğinden hız konusunda kesin bir hükme varmanın, ***“En Hızlının En Hızlısı Yine Turkcell’den”*** gibihız karşılaştırması yapmanın ve spesifik olarak hız belirtmenin mümkün olmadığı,

Ayrıca, inceleme konusu reklamlarda yer alan harita görselinde, anılan hizmetten Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde ve Karadeniz’in kuzeyindeki bazı Avrupa ülkelerinde de faydalanabileceği algısı oluşturulmasına rağmen, www.turkcell.com.tr adresli internet sitesinin *“4.5G servisini hangi ülkelerde kullanabilirim?”* başlıklı kısmında yer alan ülkeler arasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ile Karadeniz’in kuzeyindeki tüm ülkelerin sayılmadığı, bu nedenlerle anılan reklamların gerçeği yansıtmadığı,

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

- Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 5 inci, 7 nci, 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 **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2015/1323**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Vodafone 4.5G”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015-07.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, Gazete

**Tespitler:** 26.08.2015-07.09.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **"“Vodafone 4.5G”**başlıklı reklamların ana vaadinde ***“Gelecekte bizi neler bekliyor? Herkes bir dokunuşla istediği bilgiye ulaşacak. Doktorlar hastalarını anında uzaktan tedavi edebilecek, eğitim herkes için eşit olacak, otobüsün ne zaman geleceği önceden belli olacak. Mesafeler önemini yitirecek, insanlık birbirine hiç olmadığı kadar yakın olacak. Teknoloji her anlamda hayatın bir parçası olup, insanlara umut verecek. Hayat her zaman, her yerde, çok hızlı ve kesintisiz olacak. Nasıl mı? Vodafone 4.5G ile. Çünkü Vodafone yıllardır 5 kıtada deneyimlediği 4.5G teknolojisini Türkiye’ye getirecek. Vodafone 4.5G ile daha güçlü bir Türkiye”*** ifadelerine, durağan yazıda ***“4.5G teknolojisi, IMT-Advanced teknolojisidir (…) Haritada gösterilen yerler temsilidir”*** ifadelerine, altyazıda *“4.5G teknolojisi, IMT-Advanced teknolojisini anlatmak için kullanılmıştır. 4.5G teknolojisinden bu teknolojiyi destekleyen cihazlar ve uyumlu SIM kartlar ile faydalanılabilir. 4.5G mobil internet hızı, kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza ve bağlanılan siteye göre değişebilir. Haritada gösterilen yerler 5 kıtayı temsil etmek amacıyla kullanılmıştır. Detaylı bilgi: vodafone.com.tr”* ifadelerine, anılan reklamlarının görselinde yer alan dünya haritasının her yanının firmanın rengi olan işaretlemeler ile kaplandığı ve muhtelif gazetelerde yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Vodafone’un 5 kıtadaki 4.5G tecrübesi çok yakında Türkiye’de! Dünyanın 5 kıtasında 4.5G hizmeti veren Vodafone’un global gücüyle 4.5G hızı çok yakında sizinle”*** ifadelerine yer verildiği ve reklamlarda yer alan dünya haritası görselinin her yanının firma renginde işaretlemeler ile kaplandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarının ana vaadinde yer alan; ***“Gelecekte bizi neler bekliyor? Herkes bir dokunuşla istediği bilgiye ulaşacak, doktorlar hastalarını anında uzaktan tedavi edebilecek, eğitim herkes için eşit olacak, otobüsün ne zaman geleceği önceden belli olacak, mesafeler önemini yitirecek, insanlık birbirine hiç olmadığı kadar yakın olacak, teknoloji her anlamda hayatın bir parçası olup insanlara umut verecek. Hayat her zaman, her yerde, çok hızlı ve kesintisiz olacak. Nasıl mı? Vodafone 4.5G ile”*** ifadeleri ile geleceğe yönelik olarak 4.5G hizmetinin sunulmaya başlanacağı tarihten itibaren eğitim ve sağlık gibi alanlarda yeni bir teknolojinin getirileceği ve bu hizmet ile sağlık alanında yeni bir uygulama başlatılarak doktorların hastaları anında uzaktan tedavi edebileceği, eğitime ulaşmada herkes için eşitlik oluşacağı algısı yaratıldığı, ancak reklamlarda geleceğe yönelik ispatlanması şu an için mümkün olmayan abartılı unsurlara yer verilmesinin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu televizyon ve gazete reklamlarında yer verilen dünya haritasının her yanının firma renginde işaretlemeler ile kaplanarak 4.5G hizmetinin tüm dünyada sunulduğu algısı oluşturulduğu, ancak bu durumun gerçeği yansıtmadığı bununla birlikte reklamlarda alt yazı ve dipnot olarak yer verilen ***“Haritada gösterilen yerler temsilidir”*** ifadelerinin birbiriyle çeliştiği ve bu aykırılığı ortadan kaldırmadığı,

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

- Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 5 inci, 7 nci, 9 uncu, 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.

**5)**

**Dosya No: 2015/1281**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***"“Sıra Türkiye’nin En İyi 4.5G Mobil Şebekesinde”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2015-20.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** TV, Gazete

**Tespitler:** 26.08.2015-20.11.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **"“Sıra Türkiye’nin En İyi 4.5G Mobil Şebekesinde”**başlıklı reklamların ana vaadinde;***“Biz her yeni güne yarını kurmak için başladık. Türkiye’nin 81 iline fiber interneti ulaştırmak için yola çıktık. 35.000 çalışanımızla dünyanın en hızlı fiber altyapısını kurmayı başardık. Kurduğumuz altyapı uzunluğuyla dünyanın çevresini tam 5 kez dolaştı ve hızıyla da Türk Telekom ismini Guiness Rekorlar Kitabına yazdırdı. Türkiye’ye dünyanın en hızlı fiber altyapısını kuran Türk Telekom, şimdi Türkiye’nin en iyi 4.5G şebekesini kuracak. 17 milyon Avea’lı Türk Telekom’un yepyeni 4.5G teknolojisinden doya doya yararlanacak, bilgiye, eğlenceye çok daha hızlı ulaşacak. 4.5G ile Türkiye’nin hızına hız katıyoruz.”*** ifadelerine, altyazıda *“Türk Telekom fiber internet altyapısı Türkiye sınırları içerisinde 202 bin km uzunluğundadır. Türk Telekom, İstanbul-Ankara arasında bir tek çift fiber kablo bağlantısı üzerinden gerçekleştirdiği veri aktarım hızıyla Guinness tarafından tescil edilen rekorun sahibi olmuştur. 4.5G teknolojisi, 4.5G baz istasyonları üzerinde servis alır. Destekleyen cihaz ve sim kartlarla yararlanılır. Detaylar: www.turktelekom.com.tr”*ifadelerine, muhtelif gazetelerde yayınlanan reklamlarda; ***“Dünyanın en hızlı fiber altyapısını kuran Türk Telekom, şimdi de Türkiye’nin en iyi 4.5G şebekesini kuracak. 17 milyon Avealı, Türk Telekom’un yepyeni 4.5G teknolojisinden doya doya faydalanacak. Türk Telekom veri aktarım hızıyla Guiness Rekorlar Kitabı’na girmiştir”***ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarının ana vaadinde yer alan; ***“****Türkiye’ye dünyanın en hızlı fiber altyapısını kuran Türk Telekom,* ***şimdi Türkiye’nin en iyi 4.5G şebekesini kuracak”*** ifadeleri ile 4.5G teknolojisinin en önemli getirisi olan internet hız artışı birlikte değerlendirildiğinde, reklamlarda en hızlı 4.5G hizmetinin firmanız tarafından verileceği izlenimi oluşturulduğu, ancak 4.5G teknolojisinin sunumunda ulaşılabilecek maksimum hız; firmaların şebekelerinde uyguladıkları topoloji, kullandıkları standart ve frekans bantları, hava koşulları, abone sayıları, trafik yoğunluğu, hizmet alan kullanıcıların el terminallerinin desteklediği teknoloji ve frekanslar ve firmaların farklı saha tecrübeleri gibi birçok parametreye bağlı olarak değişkenlik gösterebileceğinden hız konusunda kesin bir hükme varmanın, hız karşılaştırması yapmanın ve spesifik olarak hız belirtmenin mümkün olmadığı,

Ayrıca, muhtelif gazetelerde yayınlanan reklamlarda, tanıtımı yapılan 4.5G teknolojisinin ancak anılan teknolojiyi destekleyen cihaz ve SIM kartlar ile kullanılabileceği bilgisine yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

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

- Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 5 inci, 7 nci, 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 **Türk Telekomünikasyon A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**6)**

**Dosya No: 2015/1354**

**Şikayet Edilen: Milliyet Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.milliyet.com.tr adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“İlasik Lazer Yöntemiyle Gözlük Kullanmaya Son”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.milliyet.com.tr adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen ***“İlasik Lazer Yöntemiyle Gözlük Kullanmaya Son”*** başlıklı yazıda:

*“****(…)Gerek yaptığı cerrahi müdahalelerin çeşitliliği gerekse teknolojik alt yapı ve hekim kadrosu yönünden bölge lideri konumunda olan Nivgöz uzmanlarından Op. Dr. İbrahim Taşkın, göz kusurları ve tedavi yöntemleri konusunda bilgi verdi.(…)Nivgöz’de bu hastalıkların tedavilerinin yapıldığı yöntemleri anlatan Op. Dr. İbrahim Taşkın,*** *“Refraksiyon kusurları olarak adlandırdığımız bu kusurların tedavisinde en üstün yöntem ‘excimer laser’ yöntemidir. Excimer laser yöntemleri içinde ise bıçaksız laser olarak da bilinen “ilasik” yöntemi gelişmiş bir laser tekniği olup bıçaksız kişiye özel bir tedavi yöntemidir” dedi.*

***ÇOK AZ MERKEZDE YAPILIYOR***

***Ülkemizde çok az merkezde ilasik yöntemi ile excimer laser yapılabildiğini vurgulayan Op. Dr. İbrahim Taşkın,*** *“Bu tedavide mekanik keratomlar kullanılmamaktadır. Ayrıca CustomVue yöntemi ile insan gözündeki normal muayenelerle tespit edilemeyen aberasyonlar özel bir aletle tespit edilmekte ve tedavi nomogramı oluşturulmaktadır. Bu da halk arasında ‘kartal görüş’ olarak adlandırılan daha net bir görüş sağlamaktadır” diye konuştu.(…)*

*(…)* ***Ancak, Nivgöz sahip olduğu teknoloji ve hekim kadrosu ile tüm güncel cerrahi yöntemleri uygulayabilmektedir. Özellikle yüksek miyoplarda -25 dereceye kadar fakik göz içi lensi ile tedavi mümkün olmaktadır. Bu tedavi Nivgöz’de başarı ile uygulanmaktadır"*** *ifadelerini kullandı.*

***Op. Dr. İbrahim Taşkın, bu yöntemlerde kullanılan cihazların çok pahalı oluşu yüzünden ülkemizde ve dünyada bir çok merkezde halen klasik tedavi yöntemlerinin sürdüğünü ancak dört yıl önce intralase cihazının en üst modelini hizmete sunan Njvgöz’de “klasik lasik” tedavisinin özel durumlar dışında kullanılmadığını belirterek “Çünkü intralasik veya ilasik çok daha güvenli ve mükemmele yakın sonuç vermektedir”*** *dedi.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.milliyet.com.tr adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen ***“İlasik Lazer Yöntemiyle Gözlük Kullanmaya Son”*** başlıklı yazıda:

*“****(…)Gerek yaptığı cerrahi müdahalelerin çeşitliliği gerekse teknolojik alt yapı ve hekim kadrosu yönünden bölge lideri konumunda olan Nivgöz uzmanlarından Op. Dr. İbrahim Taşkın, göz kusurları ve tedavi yöntemleri konusunda bilgi verdi.(…)Nivgöz’de bu hastalıkların tedavilerinin yapıldığı yöntemleri anlatan Op. Dr. İbrahim Taşkın,*** *“Refraksiyon kusurları olarak adlandırdığımız bu kusurların tedavisinde en üstün yöntem ‘excimer laser’ yöntemidir. Excimer laser yöntemleri içinde ise bıçaksız laser olarak da bilinen “ilasik” yöntemi gelişmiş bir laser tekniği olup bıçaksız kişiye özel bir tedavi yöntemidir” dedi.*

***ÇOK AZ MERKEZDE YAPILIYOR***

***Ülkemizde çok az merkezde ilasik yöntemi ile excimer laser yapılabildiğini vurgulayan Op. Dr. İbrahim Taşkın,*** *“Bu tedavide mekanik keratomlar kullanılmamaktadır. Ayrıca CustomVue yöntemi ile insan gözündeki normal muayenelerle tespit edilemeyen aberasyonlar özel bir aletle tespit edilmekte ve tedavi nomogramı oluşturulmaktadır. Bu da halk arasında ‘kartal görüş’ olarak adlandırılan daha net bir görüş sağlamaktadır” diye konuştu.(…)*

*(…)* ***Ancak, Nivgöz sahip olduğu teknoloji ve hekim kadrosu ile tüm güncel cerrahi yöntemleri uygulayabilmektedir. Özellikle yüksek miyoplarda -25 dereceye kadar fakik göz içi lensi ile tedavi mümkün olmaktadır. Bu tedavi Nivgöz’de başarı ile uygulanmaktadır"*** *ifadelerini kullandı.*

***Op. Dr. İbrahim Taşkın, bu yöntemlerde kullanılan cihazların çok pahalı oluşu yüzünden ülkemizde ve dünyada bir çok merkezde halen klasik tedavi yöntemlerinin sürdüğünü ancak dört yıl önce intralase cihazının en üst modelini hizmete sunan Njvgöz’de “klasik lasik” tedavisinin özel durumlar dışında kullanılmadığını belirterek “Çünkü intralasik veya ilasik çok daha güvenli ve mükemmele yakın sonuç vermektedir”*** *dedi.”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu ifadeler ile ***Nivgöz Hastanesi* isimli özel sağlık kuruluşunun ve burada verilen sağlık hizmetlerinin övücü ifadelerle tanıtılarak, söz konusu sağlık kuruluşuna talep yaratıcı ifadelerle yönlendirme yapıldığı, dolayısıyla söz konusu yazıda haber görünümü altında, adı geçen özel sağlık kuruluşunun örtülü reklamının yapıldığı,**

Açıklanan nedenlerle inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 22 inci ve 23 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Milliyet Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**7)**

**Dosya No: 2014/1183**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vimjo.com](http://www.vimjo.com) adresli internet sitesininde yer alan ***“Cemre Coupon Natural Krem”*** isimli kozmetik ürüne yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.07.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vimjo.com adresli internet sitesinin **10.07.2014** tarihli görünümünde yer alan ***“Cemre Coupon Natural Krem”*** isimli kozmetik ürüne yönelik reklamlarda; *“****…sindirim zorluğu ve hemoroid sorunlarınıza şimdi Coupon Hemoroid Kremi ile kalıcı çözüm…Yapılan araştırmaların sonuçları, Coupon Hemoroid Kremi’nin hemoroid rahatsızlığının çözünürlüğünde etkin bir rol oynadığını ortaya koymuştur.”***  ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.vimjo.com adresli internet sitesinin 10.07.2014 tarihli görünümünde yer alan *“Cemre Coupon Natural Krem”* isimli kozmetik ürüne yönelik reklamlarda; *“…sindirim zorluğu ve hemoroid sorunlarınıza şimdi Coupon Hemoroid Kremi ile kalıcı çözüm…Yapılan araştırmaların sonuçları, Coupon Hemoroid Kremi’nin hemoroid rahatsızlığının çözünürlüğünde etkin bir rol oynadığını ortaya koymuştur.”* ifadelerinin yer aldığı,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; kozmetik bir ürünün tıp literatüründe hastalık olarak adlandırılan hemoroid hastalığının tedavisinde kullanılamayacağı, bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan “*sindirim zorluğu ve hemoroid sorunlarınıza şimdi Coupon Hemoroid Kremi ile kalıcı çözüm”* ve *“Coupon Hemoroid Kremi’nin hemoroid rahatsızlığının çözünürlüğünde etkin bir rol oynadığını ortaya koymuştur.”* ifadelerinin tedaviye yönelik olması nedeniyle ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, açıklanan nedenlerle söz 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Vimjo Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **50.000-TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2014/1711**

**Şikayet Edilen: Şerifoğlu Grup Kozmetik Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti. (Eski Ünvanı: Korpa Elektronik Medikal Plastik Gıda San. Dış Tic. Ltd. Şti.)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.lifecell.com.tr](http://www.lifecell.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Life Cell”*** isimli ürüne yönelik reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.09.2014 ve 16.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.lifecell.com.tr** adresli internet sitesinin **23.09.2014** tarihli görünümünde; *“GERGİN CİLT, DOLGUN DUDAKLAR... Dünya yıldızlarının tercih ettiği, Nobel Ödüllü araştırmalardan esinlenilerek geliştirilmiş LifeCell Türkiye'de. Başta Paris Hilton olmak üzere Ford Models mankenleri, Heidi Klum, Claudia Schiffer, Eva Herzigova gibi orta yaşlı mankenlerin her zaman yanlarında bulundurdukları olağanüstü etkili bakım kremi.” , “Tamamen doğal maddelerden formüle edilmiş, hücre yenileyici dünyanın ilk 'hepsi bir arada' yaşlanmayı geciktirici bakım kremi. LifeCell, botoksa ve ameliyata gerek kalmadan gençleşmenin kapılarını aralıyor. Diğer kremlerden farklı olarak yüz, göz kenarları, dudak, boyun ve dekolte bölgesine tek ürün kullanmanın kolaylığını da sağlıyor. LifeCell, kırışık giderici, sıkılaştırıcı, 24 saat nemlendirici, yaşa bağlı lekeleri azaltıcı, gözaltı kapatıcı, dudak dolgunlaştırıcı ve makyaj altı etkili...Yedi önemli özelliğe sahip krem, ünlü Hollywood yıldızları, mankenler ve Avrupa kraliyet aileleri mensuplarının bulunduğu kullanıcı kitlesine sahip…” , “DAHA GENÇ GÖRÜNMEK İÇİN KIRIŞIKLIKLARA ANINDA VEDA! LifeCell neredeyse tüm çiziklerinizi ve kırışıklıklarınızı 17 saat içerisinde gözle görülür bir şekilde azaltan topikal bir cilt bakım tedavisidir. Bu eşsiz ürün yaşlanma etkilerini geciktirdiği gibi, botoks enjeksiyon ihtiyacını ya da kozmetik cerrahi gerektiren birçok insanın şikayeti olan çizgileri, kırışıklıkları, sarkan deriyi, yaş kaynaklı lekeleri, göz altında bulunan koyu daireleri ve yılların cilde eklemiş olduğu tüyleri kalıcı olarak ortadan kaldırabilir. LifeCell in etkisi, içindeki olağanüstü maddeler sayesinde bir dizi araştırmayla kuşkulara yer vermiyecek şekilde kanıtlanmıştır. Ürünü kullananların %94 lük oranı ürün kullanımından fayda sağladıklarını ve ürünü %100 etkili buldukları kayıtlara geçmiştir. Araştırmacılar bu yorumlarla tek tek ilgilenerek yüz yaşlanmasına karşı etkili bir ürün olduğunu açıklamışlardır.” ,* *“LIFECELL İLE GENÇLİK GÜNLERİNİZE GERİ DÖNMEYE HAZIR OLUN! Lifecell içeriğindeki maddeler, cildinizi diğer acılı ve ağrılı gerdiricilerden korur, size en sağlıklı güzelliği verir ve arştırmalar sonucu güzeveni olduğunu söyler. Tüm bayanlarda kırışıklık korkularının Lifecell ile gideceğini, uzun etkili bir ürün olduğunu biliyor muydunuz. Lifecell son derece doğal ve tüm cilt tiplerine uygulanabilir bir kremdir. Lifecell aynalara olan küslüğünüzü giderecek ve size mükemmel bir görünüm kazandıracak. Lifecell bayanların 1 ay boyunca sürdükleri her gün ayrı bir şekilde güzelleşmesine ve en önemlisi doğal tedavi ile ciltlerinin düzelmelerine yardımcı olacak. Lifecell 75 ml ağırlığında tüp içerisinde bulunur ve her yerde kullanıma müsaittir. Lifecell tüm göz çevresi, alın, yüz boyun ve dekolte bölgelerinde rahatlıkla kullanılabilir. Lifecell talebi Avrupada ciddi bir hız ile yükselirken sizin burada pahalı işlemlere artık son vermeniz gerekmektedir.” , “Harvard, Yale, Cornell ve Oxford Üniversitesi gibi dünyaca ünlü tıbbi departmanlarda yapılan bağımsız araştırmalar LifeCell Anti-Aging’in inanılmaz etkilerini ortaya koymuştur.”* , *“Botoks kremine alternatif. Kırışıklıkları anında kaldırır. Lifleri temizler. Siyah noktaları yok eder. Şişkinlikleri giderir. Dolgunlaştırır.”, “Etkileri: Kalojen Takviyesi. Life Cell kalojen üretimini artırmaya, kırışıklıkların ve çizgilerin dolgunlaşmasına destek vererek bu sayede çizgilerin kaybolmasına olanak sağlar…Yaşa Bağlı Lekeler. Life Cell yaşa bağlı olan kırışıklık ve lekeleri önlemede etkilidir.”* ifadelerine ve

Söz konusu internet sitesinin **16.04.2015** tarihli görünümünde; “*BOTOKS’SUZ BİR YAŞAM İÇİN LIFECELL” , “BOTOKS YAPTIRMAYA ARTIK GEREK YOK!” , “DERMATOLOGLAR VE PLASTİK CERRAHLAR TARAFINDAN TAVSİYE EDİLİYOR.” , “NOBEL ÖDÜLLÜ 5 YILDIZLI KOZMETİK ÜRÜNÜ” , “GÖZ ALTI MORLUKLARI” , “KAZ AYAKLARI KIRIŞIKLIKLARI” , “DUDAK ETRAFI KIRIŞIKLIKLARI” , “ANINDA BOTOKS ETKİSİ” ,* *“Harvard, Yale, Cornell ve Oxford Üniversitesi gibi dünyaca ünlü tıbbi departmanlarda yapılan bağımsız araştırmalar LifeCell Anti-Aging’in inanılmaz etkilerini ortaya koymuştur.”, “Kırışıklıkları anında kaldırır. Lifleri temizler. Siyah noktaları yok eder. Şişkinlikleri giderir. Dolgunlaştırır.”, “Kalojen Takviyesi. Life Cell kalojen üretimini artırmaya, kırışıklıkların ve çizgilerin dolgunlaşmasına destek vererek bu sayede çizgilerin kaybolmasına olanak sağlar…Yaşa Bağlı Lekeler. Life Cell yaşa bağlı olan kırışıklık ve lekeleri önlemede etkilidir.”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.lifecell.com.tr** adresli internet sitesinin **23.09.2014** tarihli görünümünde; *“GERGİN CİLT, DOLGUN DUDAKLAR... Dünya yıldızlarının tercih ettiği, Nobel Ödüllü araştırmalardan esinlenilerek geliştirilmiş LifeCell Türkiye'de. Başta Paris Hilton olmak üzere Ford Models mankenleri, Heidi Klum, Claudia Schiffer, Eva Herzigova gibi orta yaşlı mankenlerin her zaman yanlarında bulundurdukları olağanüstü etkili bakım kremi.” , “Tamamen doğal maddelerden formüle edilmiş, hücre yenileyici dünyanın ilk 'hepsi bir arada' yaşlanmayı geciktirici bakım kremi. LifeCell, botoksa ve ameliyata gerek kalmadan gençleşmenin kapılarını aralıyor. Diğer kremlerden farklı olarak yüz, göz kenarları, dudak, boyun ve dekolte bölgesine tek ürün kullanmanın kolaylığını da sağlıyor. LifeCell, kırışık giderici, sıkılaştırıcı, 24 saat nemlendirici, yaşa bağlı lekeleri azaltıcı, gözaltı kapatıcı, dudak dolgunlaştırıcı ve makyaj altı etkili...Yedi önemli özelliğe sahip krem, ünlü Hollywood yıldızları, mankenler ve Avrupa kraliyet aileleri mensuplarının bulunduğu kullanıcı kitlesine sahip…” , “DAHA GENÇ GÖRÜNMEK İÇİN KIRIŞIKLIKLARA ANINDA VEDA! LifeCell neredeyse tüm çiziklerinizi ve kırışıklıklarınızı 17 saat içerisinde gözle görülür bir şekilde azaltan topikal bir cilt bakım tedavisidir. Bu eşsiz ürün yaşlanma etkilerini geciktirdiği gibi, botoks enjeksiyon ihtiyacını ya da kozmetik cerrahi gerektiren birçok insanın şikayeti olan çizgileri, kırışıklıkları, sarkan deriyi, yaş kaynaklı lekeleri, göz altında bulunan koyu daireleri ve yılların cilde eklemiş olduğu tüyleri kalıcı olarak ortadan kaldırabilir. LifeCell in etkisi, içindeki olağanüstü maddeler sayesinde bir dizi araştırmayla kuşkulara yer vermiyecek şekilde kanıtlanmıştır. Ürünü kullananların %94 lük oranı ürün kullanımından fayda sağladıklarını ve ürünü %100 etkili buldukları kayıtlara geçmiştir. Araştırmacılar bu yorumlarla tek tek ilgilenerek yüz yaşlanmasına karşı etkili bir ürün olduğunu açıklamışlardır.” , “LIFECELL İLE GENÇLİK GÜNLERİNİZE GERİ DÖNMEYE HAZIR OLUN! Lifecell içeriğindeki maddeler, cildinizi diğer acılı ve ağrılı gerdiricilerden korur, size en sağlıklı güzelliği verir ve arştırmalar sonucu güzeveni olduğunu söyler. Tüm bayanlarda kırışıklık korkularının Lifecell ile gideceğini, uzun etkili bir ürün olduğunu biliyor muydunuz. Lifecell son derece doğal ve tüm cilt tiplerine uygulanabilir bir kremdir. Lifecell aynalara olan küslüğünüzü giderecek ve size mükemmel bir görünüm kazandıracak. Lifecell bayanların 1 ay boyunca sürdükleri her gün ayrı bir şekilde güzelleşmesine ve en önemlisi doğal tedavi ile ciltlerinin düzelmelerine yardımcı olacak. Lifecell 75 ml ağırlığında tüp içerisinde bulunur ve her yerde kullanıma müsaittir. Lifecell tüm göz çevresi, alın, yüz boyun ve dekolte bölgelerinde rahatlıkla kullanılabilir. Lifecell talebi Avrupada ciddi bir hız ile yükselirken sizin burada pahalı işlemlere artık son vermeniz gerekmektedir.” , “Harvard, Yale, Cornell ve Oxford Üniversitesi gibi dünyaca ünlü tıbbi departmanlarda yapılan bağımsız araştırmalar LifeCell Anti-Aging’in inanılmaz etkilerini ortaya koymuştur.”* , *“Botoks kremine alternatif. Kırışıklıkları anında kaldırır. Lifleri temizler. Siyah noktaları yok eder. Şişkinlikleri giderir. Dolgunlaştırır.”, “Etkileri: Kalojen Takviyesi. Life Cell kalojen üretimini artırmaya, kırışıklıkların ve çizgilerin dolgunlaşmasına destek vererek bu sayede çizgilerin kaybolmasına olanak sağlar…Yaşa Bağlı Lekeler. Life Cell yaşa bağlı olan kırışıklık ve lekeleri önlemede etkilidir.”* ifadelerine ve

Söz konusu internet sitesinin **16.04.2015** tarihli görünümünde; “*BOTOKS’SUZ BİR YAŞAM İÇİN LIFECELL” , “BOTOKS YAPTIRMAYA ARTIK GEREK YOK!” , “DERMATOLOGLAR VE PLASTİK CERRAHLAR TARAFINDAN TAVSİYE EDİLİYOR.” , “NOBEL ÖDÜLLÜ 5 YILDIZLI KOZMETİK ÜRÜNÜ” , “GÖZ ALTI MORLUKLARI” , “KAZ AYAKLARI KIRIŞIKLIKLARI” , “DUDAK ETRAFI KIRIŞIKLIKLARI” , “ANINDA BOTOKS ETKİSİ” ,* *“Harvard, Yale, Cornell ve Oxford Üniversitesi gibi dünyaca ünlü tıbbi departmanlarda yapılan bağımsız araştırmalar LifeCell Anti-Aging’in inanılmaz etkilerini ortaya koymuştur.”, “Kırışıklıkları anında kaldırır. Lifleri temizler. Siyah noktaları yok eder. Şişkinlikleri giderir. Dolgunlaştırır.”, “Kalojen Takviyesi. Life Cell kalojen üretimini artırmaya, kırışıklıkların ve çizgilerin dolgunlaşmasına destek vererek bu sayede çizgilerin kaybolmasına olanak sağlar…Yaşa Bağlı Lekeler. Life Cell yaşa bağlı olan kırışıklık ve lekeleri önlemede etkilidir.”* ifadelerine yer verildiği,

Söz konusu tanıtımlarda ***“kırışıklıklarrı giderme”*, *“yaşlılığa bağlı lekeleri azaltma”*, *“şişkinlikleri giderme”*** vb. şeklindeki tedaviye yönelik iddiaların yer aldığı, Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, yukarıda yer verilen tanıtımlardaki altı çizili ifadelerin **cilt tedavisine yönelik olması nedeniyle, ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,**

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda yer alan; ***“Tamamen doğal maddelerden formüle edilmiş, hücre yenileyici, dünyanın ilk 'hepsi bir arada' yaşlanmayı geciktirici bakım kremi”, “LifeCell in etkisi, içindeki olağanüstü maddeler sayesinde bir dizi araştırmayla kuşkulara yer vermiyecek şekilde kanıtlanmıştır. Ürünü kullananların %94 lük oranı ürün kullanımından fayda sağladıklarını ve ürünü %100 etkili buldukları kayıtlara geçmiştir. Araştırmacılar bu yorumlarla tek tek ilgilenerek yüz yaşlanmasına karşı etkili bir ürün olduğunu açıklamışlardır.”*** ve ***“Harvard, Yale, Cornell ve Oxford Üniversitesi gibi dünyaca ünlü tıbbi departmanlarda yapılan bağımsız araştırmalar LifeCell Anti-Aging’in inanılmaz etkilerini ortaya koymuştur.”*** **iddialarının doğruluğunun bilimsel araştırma ve test sonuçları ile ispatlanmadığı,**

Ayrıca, söz konusu tanıtımlarda ***“BOTOKS’SUZ BİR YAŞAM İÇİN LIFECELL” , “BOTOKS YAPTIRMAYA ARTIK GEREK YOK!”*** vb. ifadelere yer verilerek, tıbbi bir işlem olan “botoks” ile mukayese edilmek suretiyle “Lifecell” isimli ürünün karşılaştırmalı reklamının yapıldığı, **ancak botoks uygulamasına yönelik olarak kullanılan ürünlerin tıbbi müstahzar olarak tüketiciye sunulmasına rağmen “Lifecell” isimli ürünün kozmetik ürün olarak pazarlanmakta olduğu göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu reklamlarda aynı nitelikte olmayan ürünlerin karşılaştırılması yapılarak tüketicilerin yanıltıldığı, haksız rekabete yol açıldığı ve karşılaştırmalı reklam konusundaki mevzuata aykırı hareket edildiği,**

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,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5 inci, 7 nci, 11 inci, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5 inci, 7 inci, 8 inci, 9 uncu, 26 ncı ve 32 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Şerifoğlu Grup Kozmetik Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**9)**

**Dosya No: 2015/599**

**Şikayet Edilen: Benru Radyo Televizyon ve Uydu Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “İstanbul’un Sesi”**isimli radyo kanalında ***“Lasinya”*** adlı kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.01.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Radyo

**Tespitler: “İstanbul’un Sesi”** adlı radyo kanalında 05.01.2015 tarihinde 08.00 – 08.30 saatleri arasında yayınlanan **“Lasinya”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Abi ben Can. Ben askerim. İki ay önce senin programından duydum ve ürünü aldım diyor. Askerde kullandım. İki ay sonra izne gittim, beni tanıyamadılar diyor. Saç ektirdiğimi düşündüler. Ama hala öyle düşünüyorlar ve LASİNYA kullandığımı bilmiyorlar. Şimdi de babam için bir tane alacağım. Bizler de bu ürünü kullanmak istiyoruz diyor ailecek. Peki, selam olsun Mehmetçiğimize... Ne güzel hayırlı teskereler diliyoruz. İnşallah Baban da saçlarına kavuşur kellik probleminizden kurtulur. Nam olsun diyor.* ***Ben Haydarsu’yum. Avusturya’dan LASİNYA aldım. 1 kilo diyor. Saçlarıma kavuştum. Eve döndüm 2 ay sonra ve saçlarımın çıktığından dolayı eşim beni tanıyamadı.(…)*** *Ben Dilara Kaya diyor. Eşim için sipariş vermiştim. Saçlarıma kavuştum. Çok teşekkürler. Siz on numarasınız diyor. Yalnız ben de saçlarım için alacağım. Bu ürün bayanlar için de uygun mudur diyor. Arkadaşlar şimdi biz bay bayan ayırmıyoruz. Şimdi bu ürün bay bayan ayırmıyor. Kesinlikle ayırmıyor. Neden diyeceksiniz, kellik problemi erkeklerde daha fazla olduğundan dolayı hep erkeklere sesleniyoruz. Aslında bayanlarda bu ürünü gönül rahatlığı ile kullanabilirler. Saçlar olmadan bizler 10 veya 15 yaş yaşta, çünkü saçımız olmazsa saçlarımız yoksa hep yaşlı gösteririz. Ya çevremde bir ton insan var, 20 yaşında, 25 yaşında. Bunlar keller. Ama kel olduklarından dolayı 40-45 yaşında gösteriyorlar. Böyle bir durumla karşı karşıya kalmayın. Şimdi LASİNYA ürününden bahsedeceğim. LASİNYA muhteşem bir üründür arkadaşlar. Kellik problemi yaşayanlar, saçları dökülenler can kulağı ile dinlesinler beni. Saçınız yoksa kellik problemi yaşıyorsanız artık bu sıkıntıya son.* ***LASİNYA düzenli kullandığınız takdirde 8 gün içerisinde saçlarınızı çıkartacak.*** *Saçlarınıza kavuşmak istiyorsanız, kellik probleminiz varsa alın ve kullanın bu ürünü. Şu anda bir kampanya düzenleyeceğim (…) diyorlar ki ya işte benim babam da kel, dedem de kel, biz de ırsi, bizde genetik. Böyle bir şey yok arkadaşlar. Bakın kafada bulunan hücreler kolay kolay ölmezler. Zayıf kaldıkları için, yeterli besin alamadıkları için saçlarınızın çıkmasına engel oluyor. Evet bu vesileyle bu arada LASİNYA devreye giriyor ve saçlarınızın düzenli çıkmasının en büyük sebebi LASİNYA! Sipariş hattı 0212 488 77 00 sipariş hattı 0288 77 00 bu bir tanıtıcı reklamdır.(…)"* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “İstanbul’un Sesi”** adlı radyo kanalında 05.01.2015 tarihinde 08.00 – 08.30 saatleri arasında yayınlanan **“Lasinya”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Abi ben Can. Ben askerim. İki ay önce senin programından duydum ve ürünü aldım diyor. Askerde kullandım. İki ay sonra izne gittim, beni tanıyamadılar diyor. Saç ektirdiğimi düşündüler. Ama hala öyle düşünüyorlar ve LASİNYA kullandığımı bilmiyorlar. Şimdi de babam için bir tane alacağım. Bizler de bu ürünü kullanmak istiyoruz diyor ailecek. Peki, selam olsun Mehmetçiğimize... Ne güzel hayırlı teskereler diliyoruz. İnşallah Baban da saçlarına kavuşur kellik probleminizden kurtulur. Nam olsun diyor.* ***Ben Haydarsu’yum. Avusturya’dan LASİNYA aldım. 1 kilo diyor. Saçlarıma kavuştum. Eve döndüm 2 ay sonra ve saçlarımın çıktığından dolayı eşim beni tanıyamadı.(…)*** *Ben Dilara Kaya diyor. Eşim için sipariş vermiştim. Saçlarıma kavuştum. Çok teşekkürler. Siz on numarasınız diyor. Yalnız ben de saçlarım için alacağım. Bu ürün bayanlar için de uygun mudur diyor. Arkadaşlar şimdi biz bay bayan ayırmıyoruz. Şimdi bu ürün bay bayan ayırmıyor. Kesinlikle ayırmıyor. Neden diyeceksiniz, kellik problemi erkeklerde daha fazla olduğundan dolayı hep erkeklere sesleniyoruz. Aslında bayanlarda bu ürünü gönül rahatlığı ile kullanabilirler. Saçlar olmadan bizler 10 veya 15 yaş yaşta, çünkü saçımız olmazsa saçlarımız yoksa hep yaşlı gösteririz. Ya çevremde bir ton insan var, 20 yaşında, 25 yaşında. Bunlar keller. Ama kel olduklarından dolayı 40-45 yaşında gösteriyorlar. Böyle bir durumla karşı karşıya kalmayın. Şimdi LASİNYA ürününden bahsedeceğim. LASİNYA muhteşem bir üründür arkadaşlar. Kellik problemi yaşayanlar, saçları dökülenler can kulağı ile dinlesinler beni. Saçınız yoksa kellik problemi yaşıyorsanız artık bu sıkıntıya son.* ***LASİNYA düzenli kullandığınız takdirde 8 gün içerisinde saçlarınızı çıkartacak.*** *Saçlarınıza kavuşmak istiyorsanız, kellik probleminiz varsa alın ve kullanın bu ürünü. Şu anda bir kampanya düzenleyeceğim (…) diyorlar ki ya işte benim babam da kel, dedem de kel, biz de ırsi, bizde genetik. Böyle bir şey yok arkadaşlar. Bakın kafada bulunan hücreler kolay kolay ölmezler. Zayıf kaldıkları için, yeterli besin alamadıkları için saçlarınızın çıkmasına engel oluyor. Evet bu vesileyle bu arada LASİNYA devreye giriyor ve saçlarınızın düzenli çıkmasının en büyük sebebi LASİNYA! Sipariş hattı 0212 488 77 00 sipariş hattı 0288 77 00 bu bir tanıtıcı reklamdır.(…)"* 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, söz konusu reklamlarda hastaların tedavi öncesi ve sonrası ifadelerine yer verilerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- 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, 7/8, 9 uncu, 16 ncı, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**10)**

**Dosya No: 2015/1747**

**Şikayet Edilen: Naciye İLZE**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sanalpazar.com](http://www.sanalpazar.com) adresli internet sitesinde **“İlzeshop Komzetik”** adlı hesap üzerinden yayınlanan ***“Venux Feromon Kadın Parfüm”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sanalpazar.com](http://www.sanalpazar.com)adresli internet sitesinin 11.11.2015 tarihli görünümünde **“İlzeshopKozmetik”** adlı hesap üzerinden yayınlanan **“Venux Feromon Kadın Parfüm”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Venux! Feromon Koku, erkekleri etkileyen ve cinsel istek arzusunu tetikleyen kadın feromonu içerir. Üzerinizdeki kokuyu alan erkeklerde cinsel isteğin uyanmasına yardımcı olur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sanalpazar.com](http://www.sanalpazar.com)adresli internet sitesinin 11.11.2015 tarihli görünümünde yer alan ve **“İlzeshopKozmetik”** adlı hesap üzerinden yayınlanan **“Venux Feromon Kadın Parfüm”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Venux! Feromon Koku, erkekleri etkileyen ve cinsel istek arzusunu tetikleyen kadın feromonu içerir. Üzerinizdeki kokuyu alan erkeklerde cinsel isteğin uyanmasına yardımcı olur”* 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,

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

**11)**

**Dosya No: 2015/722**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vichy.com.tr](http://www.vichy.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Vichy Dercos Neogenic”*** isimli kozmetik ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.vichy.com.tr](http://www.vichy.com.tr) adresli internet sitesinde **“Vichy Dercos Neogenic”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda *“Kim için? Neogenic her tip saçta kullanılabilir. Açılan ve seyrelen saçlar artık problem değil! Dergos Neogenic, içeriğindeki stemoxydine sayesinde daha gür ve daha sık görünen saçlara kavuşmanıza yardımcı olur”,* “*Dermotolog görüşü: Her bir saç telinin yaşam döngüsü 3 evre içerir; saç büyür, sabit kalır ve dökülür. İki evre arasında saç uyku fazına geçebilir. Kış uykusuna benzeyen bu durum ne kadar uzun sürerse saç zayıflar ve saç derisi daha görünür olur. Stemoxydine, saç telinin iyi bir fonksiyon göstermesi için gerekli ortamı taklit eden bir moleküldür ve saça uyku fazında etki eder. Küçük bir molekül olna bu madde dikarboksilattır. Türk Dermatologların %99’unun\* tavsiyesi Dergos Neogenic, içeriğindeki stemoxydine sayesinde daha gür ve daha sık görünen saçlara kavuşmanıza yardımcı olur. Dermatolojik kontroller altında test edilmiştir.\* Gfk tarafından Türkiye’deki 81 dermatolog ile telefonda görüşülerek yapılan araştırmaların sonucudur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.vichy.com.tr](http://www.vichy.com.tr) adresli internet sitesinin 03.06.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Vichy Dercos Neogenic”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kim için? Neogenic her tip saçta kullanılabilir. Açılan ve seyrelen saçlar artık problem değil! Dergos Neogenic, içeriğindeki stemoxydine sayesinde daha gür ve daha sık görünen saçlara kavuşmanıza yardımcı olur”,* “*Stemoxydine, saç telinin iyi bir fonksiyon göstermesi için gerekli ortamı taklit eden bir moleküldür ve saça uyku fazında etki eder. Küçük bir molekül olan bu madde dikarboksilattır. Dergos Neogenic, içeriğindeki stemoxydine sayesinde daha gür ve daha sık görünen saçlara kavuşmanıza yardımcı olur. Dermatolojik kontroller altında test edilmiştir”* ifadelerinin doğruluğunun ispatlanamadığı,

Ayrıca “*Türk Dermatologların %99’unun\* tavsiyesi. \*Gfk tarafından Türkiye’deki 81 dermatolog ile telefonda görüşülerek yapılan araştırmaların sonucudur”* ifadeleriyle araştırmanın Türkiye genelinde yapılmış olduğu izlenimi oluşturulmasına rağmen, sadece İstanbul’da bulunan 81 dermatologla ile yapıldığı, dolayısıyla söz konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2015/1624**

**Şikayet Edilen: Zafer GÜLER**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.lionsmaksimum.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Stag 9000 Delay Spray For Men Geciktirici Sprey”***  isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.lionsmaksimum.com adresli internet sitesinin 23.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Stag 9000 Delay Spray For Men Geciktirici Sprey”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Lions Maksimum Güç Nedir? Cinsel olarak erkeklerin yaşadığı erken boşalma, ereksiyon, sertleşme, performans yetersizliği, penis boyu, iktidarsızlık gibi sorunlarda en etkili yeni nesil ürünlerden biri olan ürün piyasada lions maksimum güç adıyla bilinmesine karşın asıl menşeinin USA olduğu gibi tam adı da lions maksimum energy olarak geçmektedir. 2013 yılı başlarından beri piyasada birçok yerde bulunabilen ve satın alınan ürün artık çok daha etkili bir formülasyonla karşınıza çıktı ve her bakımdan daha iyi ve etkili. Yapılan araştırmalar sonucu lions maximum energy yutulduktan sonra çok daha hızlı etkisini gösterdiği ve bu sayede lions maksimum hapını kullanan erkeklerin çok daha kısa sürede hızla fayda gördüğü ve cinsel ilişkiye hazır olduğu görülmüştür. Lions maksimum güç* *erkeklerin cinsel sorunlarına çok etkili çözümler sunmasıyla ön plana çıkan tedavi edici de özellikleri olabilen bir üründür. Stag 9000 delay spray for men geciktirici sprey*

*İngiltere’den ithal Stag 9000 geciktirici sprey, ilişki sürenizi normalinden 4 -5 kat artırarak size daha dolu ve doygun bir cinsel yaşam sunar. Hem size hem de partnerinize daha mutlu bir cinsel yaşam vaat eden Stag 9000 geciktirici sprey etkisini 45 dakikaya kadar göstererek ilişki sürenizi uzatır. Erken boşalma ve zamanından önce cinsel aktivitenin sonlanması durumlarında kullanılması gereken bir cinsel ürünüdür. Stag 9000 sprey ile cinsel ilişki sürenizi 20 dakika ile 45 dakika arasında kullanım miktarına bağlı olarak uzatabilirsiniz. Genellikle her erkekte erken boşalma sorunu belli dönemlerde görülmektedir ve cinsel sağlık ve mutluğu tehdit eden bir cinsel sağlık sorunudur. 0532 733 44 67”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde **“Kullanıcı Yorumları”** başlığı altında;

*“Özgür S.-ürünü kullanalı ne yalan söyleyeyim erken boşalma problemim %50 düzeldi gibi.”, “Mert L-dostum ben 2 hafta önce aldım bu ilaçtan etkisini beğendim. İçinizde şüphe kalmasın. güvenle kullanın. Almadan önce bende sizin gibi aynı endişeleri yaşıyordum denedikten sonra anladım ki hiç endişe edecek bir şey yokmuş.”, “Ömer P-Ben 3 kutu aldım 9 gün oldu sonucu şimdiden mükemmel kullandıkça yazmaya devam edecem”* şeklinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde iade etme süresinin 7 gün olduğu belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.lionsmaksimum.com adresli internet sitesinin 23.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Stag 9000 Delay Spray For Men Geciktirici Sprey”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Lions Maksimum Güç Nedir? Cinsel olarak erkeklerin yaşadığı erken boşalma, ereksiyon, sertleşme, performans yetersizliği, penis boyu, iktidarsızlık gibi sorunlarda en etkili yeni nesil ürünlerden biri olan ürün piyasada lions maksimum güç adıyla bilinmesine karşın asıl menşeinin USA olduğu gibi tam adı da lions maksimum energy olarak geçmektedir. 2013 yılı başlarından beri piyasada birçok yerde bulunabilen ve satın alınan ürün artık çok daha etkili bir formülasyonla karşınıza çıktı ve her bakımdan daha iyi ve etkili. Yapılan araştırmalar sonucu lions maximum energy yutulduktan sonra çok daha hızlı etkisini gösterdiği ve bu sayede lions maksimum hapını kullanan erkeklerin çok daha kısa sürede hızla fayda gördüğü ve cinsel ilişkiye hazır olduğu görülmüştür. Lions maksimum güç* *erkeklerin cinsel sorunlarına çok etkili çözümler sunmasıyla ön plana çıkan tedavi edici de özellikleri olabilen bir üründür. Stag 9000 delay spray for men geciktirici sprey*

*İngiltere’den ithal Stag 9000 geciktirici sprey, ilişki sürenizi normalinden 4 -5 kat artırarak size daha dolu ve doygun bir cinsel yaşam sunar. Hem size hem de partnerinize daha mutlu bir cinsel yaşam vaat eden Stag 9000 geciktirici sprey etkisini 45 dakikaya kadar göstererek ilişki sürenizi uzatır. Erken boşalma ve zamanından önce cinsel aktivitenin sonlanması durumlarında kullanılması gereken bir cinsel ürünüdür. Stag 9000 sprey ile cinsel ilişki sürenizi 20 dakika ile 45 dakika arasında kullanım miktarına bağlı olarak uzatabilirsiniz. Genellikle her erkekte erken boşalma sorunu belli dönemlerde görülmektedir ve cinsel sağlık ve mutluğu tehdit eden bir cinsel sağlık sorunudur. 0532 733 44 67”* 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, söz konusu internet sitesinde **“Kullanıcı Yorumları”** başlığı altında;

*“Özgür S.-ürünü kullanalı ne yalan söyleyeyim erken boşalma problemim %50 düzeldi gibi.”, “Mert L-dostum ben 2 hafta önce aldım bu ilaçtan etkisini beğendim. İçinizde şüphe kalmasın. güvenle kullanın. Almadan önce bende sizin gibi aynı endişeleri yaşıyordum denedikten sonra anladım ki hiç endişe edecek bir şey yokmuş.”, “Ömer P-Ben 3 kutu aldım 9 gün oldu sonucu şimdiden mükemmel kullandıkça yazmaya devam edecem”* şeklinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası ifadelerine yer verilerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde iade etme süresinin 7 gün olduğu belirtildiği, ancak 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 48 inci maddesinde mesafeli satışlarda herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına ilişkin sürenin on dört gün olarak belirtildiği, dolayısıyla yukarıda yer verilen ifadelerin ilgili mevzuat hükümlerine aykırılık teşkil ettiği,

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, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 26 ncı, ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 48 inci ve 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**13)**

**Dosya No: 2015/1689**

**Şikayet Edilen: Mopaş Marketçilik Gıda Sanayi ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 27 Mart – 8 Nisan 2015 tarihleri arasında geçerli fırsatların yer aldığı broşür

**Reklam Yayın Tarihi:** 27 Mart – 8 Nisan 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan ve 27 Mart-8 Nisan tarihleri arasında geçerli olan fırsatların yer aldığı broşürlerde, fiyatı 35,90 TL olarak belirtilen ***“Prima Dev Ekonomi Çocuk Bezi 4 Maxi 7-18Kg 88 adet”*** isimli ürün yerine, belirtilen fiyata ***“Prima Dev Ekonomi Çocuk Bezi 4 Maxi 7-18Kg 66 adet”*** isimli ürünün satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yayınlanan ve 27 Mart-8 Nisan tarihleri arasında geçerli olan fırsatların yer aldığı broşürlerde, fiyatı 35,90 TL olarak belirtilen ***“Prima Dev Ekonomi Çocuk Bezi 4 Maxi 7-18Kg 88 adet”*** isimli ürün yerine, belirtilen fiyata ***“Prima Dev Ekonomi Çocuk Bezi 4 Maxi 7-18Kg 66 adet”*** isimli ürünün satıldığı, dolayısıyla tüketicilerin yanıltıldığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9 uncu, 13 üncü ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**SAĞLIK**

**14)**

**Dosya No: 2015/617**

**Şikayet Edilen:** **Seben Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27/11/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sebenguzellik.com](file:///D:\Users\13861196454\Desktop\www.sebenguzellik.com) adresli internet sitesinin 27/11/2015 tarihli görünümlerinde; söz konusu kuruluşun verdiği hizmetler arasında *“Kavitasyon : (...) Selülit, Bölgesel Yağlanma ve Cilt Sarkmaları Tedavisinin Parlayan Yıldızı Kavitasyon (…), Yoğun Atılımlı Işık (IPL), Cryokabin (Dondurma Kabini) - Cyro Terapi : (...) Kullanımı önerilen durumlar: Anti-aging, Zayıflama, Soğuk Lipoliz, Romatizma Tedavisi, ... Egzama ve Sedef Hastalığı, Bağışıklık Sisteminin Güçlendirilmesi, Strese Bağlı Depresyon ve Uykusuzluk (...), Radyo Frekans (RF):* (*…) RF Önerilen Uygulama Alanları: Bölgesel zayıflama, Vücudun yeniden şekillendirilmesi, Selülit tedavisi, Yağ parçalama, Vücutta sarkma ve gevşekliklerin tedavisi, Yüzde sarkma ve kırışıklıkların tedavisi (…)”*gibi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sebenguzellik.com](file:///D:\Users\20228359674\Desktop\www.sebenguzellik.com) adresli internet sitesinin 27/11/2015 tarihli görünümlerinde; söz konusu kuruluşun verdiği hizmetler arasında *“Kavitasyon : (...) Selülit, Bölgesel Yağlanma ve Cilt Sarkmaları Tedavisinin Parlayan Yıldızı Kavitasyon (…), Yoğun Atılımlı Işık (IPL), Cryokabin (Dondurma Kabini) - Cyro Terapi : (...) Kullanımı önerilen durumlar: Anti-aging, Zayıflama, Soğuk Lipoliz, Romatizma Tedavisi, ... Egzama ve Sedef Hastalığı, Bağışıklık Sisteminin Güçlendirilmesi, Strese Bağlı Depresyon ve Uykusuzluk (...), Radyo Frekans (RF):* (*…) RF Önerilen Uygulama Alanları: Bölgesel zayıflama, Vücudun yeniden şekillendirilmesi, Selülit tedavisi, Yağ parçalama, Vücutta sarkma ve gevşekliklerin tedavisi, Yüzde sarkma ve kırışıklıkların tedavisi (…)”*gibi kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan ve doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir. Söz konusu kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmamasına rağmeninceleme 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 Yönetmeliğinin Geçici 5 inci maddesi,

- 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**15)**

**Dosya No: 2015/949**

**Şikayet Edilen:** **Cemil İŞLER (Karadeniz Saç Ekim Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Samsun Haber Gazetesi’nde yayınlanan ***“Karadeniz Saç Ekim Merkezi - 14 Yıllık Tecrübe İle Hizmetinizdeyiz”***ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12/5/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmamasına ve saç ekimi ameliyatı yapmaya yetkisinin olmamasına rağmen,Samsun Haber Gazetesi'nin 12/5/2015 tarihli nüshasında kuruluşa ait; *"(...) Karadeniz Saç Ekim Merkezi - 14 Yıllık Tecrübe İle Hizmetinizdeyiz. (...)"*  ibareli tanıtımlar ile hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmamasına ve saç ekimi ameliyatı yapmaya yetkisinin olmamasına rağmen,Samsun Haber Gazetesi'nin 12/5/2015 tarihli nüshasında yer alan kuruluşa ait; *" (...) Karadeniz Saç Ekim Merkezi - 14 Yıllık Tecrübe İle Hizmetinizdeyiz. (...)"*  ibareli tanıtımların tüketicileri aldatıcı nitelikte olduğu, diğer taraftan, mezkur kuruluşun söz konusu tıbbi işlemleri gerçekleştirmeye yetkili bir sağlık kuruluşu olması halinde; mezkur tanıtımların kuruluşun çalışmalarına ticari bir görünüm verdiği, kuruluş lehine talep yaratmaya yönelik olduğu ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelik taşıdığı, ayrıca, hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Cemil İŞLER (Karadeniz Saç Ekim Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2014/1523**

**Şikayet Edilen:** **Sağlık Yazılım Donanım Bilgi İşlem Elektronik ve Sanal Mağazacılık San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.lensal.com](file:///D:\Users\13861196454\Desktop\www.lensdunyasi.com) adresli internet sitesinin 28.08.2015 tarihli görünümünde satışa sunulan; "Aylık Şeffaf Lensler, Günlük Şeffaf Lensler, Toric Lensler, Özel Lensler, Renkli Numaralı Lensler, Multi-Focal Lensler" başlıkları altında muhtelif markalara ait lenslerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 26, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı yönetmelik ekinin 8 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sağlık Yazılım Donanım Bilgi İşlem Elektronik ve Sanal Mağazacılık San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2015/536**

**Şikayet Edilen:** **Hicran SARIKAYA (Artemis Beauty Club Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait [www.eryamanartemis.com](http://www.eryamanartemis.com) adresli internet sitesinin 26.05.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun isminin *“ARTEMİS BEAUTY CLUB"* olarak nitelendirilerek kuruluşunuzun türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Kalıcı Epilasyon, Lazer Epilasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı; kalite politikası başlığı altında*;”* *Artemis Beauty Club olarak müşteri memnuniyetinin sürekliliğinin sağlanması ve tüm süreçlerde sürekli iyileşme ve gelişme elde etmek temel ilkemizdir…”,*hakkımızda başlığı altında;” *Artemis Beauty Club ailesi olarak uzman ve deneyimli personelimizle, kaliteli ve son teknoloji olan teknik ekipmanlarımızla siz misafirlerimize seçkin ve kaliteli bir hizmet sunuyor olmaktan mutluluk duyuyoruz. Güzellik ve bakım konusunda inovasyona açık, değişiklikleri yakından takip eden yapımızla siz misafirlerimiz için en optimum çözüm önerilerini sunmak ve trend oluşturan yenilikleri uyguluyor olmak bizim için en büyük mutluluk kaynağıdır. Merkez olarak sadece güzellik uygulamalarının yapıldığı bir merkez olmaktan da öte alanımızda oluşturulacak sosyal bilince de katkı yapmayı  kuruluş olarak şiar edindik. Teveccühlerinize layık olmak dileğiyle…”* 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 **Hicran SARIKAYA (Artemis Beauty Club Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2015/1594**

**Şikayet Edilen: Basırlar Sağlık Hizm. Medikal İnş. Org. İth. İhr. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Dentiron Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2015, 10.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Dentiron Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği tarafından [www.dentiron.com](http://www.dentiron.com), [www.facebook.com](http://www.facebook.com) ve twitter.com adresli internet sitelerinde talep yaratıcı biçimde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**

[www.dentiron.com](http://www.dentiron.com) adresli internet sitesinin 07.12.2015 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“Dişlerinizden yayılan güven, ışıltı ve sağlık.”,* “Kalite Politikası” bölümünde; *“Dentiron Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği, sağlık alanında her türlü hizmetini sunarken kalite yönetim sistemini koruyup geliştirmeye, hasta haklarını en üst düzeyde gözetmeye, etik ve yasal normlara titiz şekilde uymaya önem göstermektedir.”* ifadelerine yer verildiği,

“Dentiron'da Hasta Hakları” bölümünde; “*Dentiron Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği’nde  hasta ve yakınlarının: 1.Her türlü hizmetten ırk, dil, din, cinsiyet, sosyal koşul ve bedensel engel fark etmeden tümüyle faydalanma hakkı, 2.Tedavisi, sağlık durumu, süreci ve merak ettikleri ile ilgili yazılı ve sözlü tam bilgi alma ve özel bilgilendirilme hakkı, 3.Her hangi bir bedensel engel ve rahatsızlığı bulunuyorsa, tekerlekli sandalyesi ve refakatçisi ile birlikte sağlık hizmeti alma hakkı, 4.Sağlık çalışanlarının kimliklerini, görev ve unvanlarını öğrenme seçme ve değiştirme hakkı, Hasta mahremiyetine uygun bir ortamda her türlü sağlık hizmeti alma hakkı, 5.Tedaviyi reddetme, durdurma ve cerrahi müdahalelerde rızasının alınarak hizmetten yararlanma hakkı, Sağlık hizmetini modern donanımlı ve güvenli bir ortamda alma hakkı,6. Her türlü saygı, itina ve ilgi gösterilerek, güler yüzlü, nazik, konforlu ve hijyenik bir sağlık ortamında, kendisinin en rahat olduğu şekilde sağlık hizmetini alma hakkı, 7.Sağlık merkezinin uygunluğu ölçüsünde her türlü ziyaret, 8. Hekimin uygunluk görmesi halinde ise refakatçi bulundurmaya hakkı, 9.Haklarının ihlali durumunda ve mevzuat çerçevesinde her türlü başvuru, şikayet ve yasal hakkını kullanma hakkı bulunmaktadır.”* ifadelerine yer verilerek, ilgili mevzuat gereği zaten uyulması gereken kuralların, anılan kuruluş tarafından sunulan hizmetin diğerlerinden farklı ya da daha üstün olduğu algısı oluşturacak biçimde kullanıldığı,

twitter.com/dentiron2011 adresli internet sitesinin 10.12.2015 tarihli görünümünde;

*“Her biri alanında profesyonel olan uzman sağlık ekibi ve hekimlerin öncülüğünde kalite, güven ve tam memnuniyet ilkeleri ile çalışan ağız ve diş sağlığı kliniği… Yeni Digital ölçü sistemimiz Omnicam icin geri sayım başladı…* *Kliniğimiz yeni tedavi seçeneği olan Cerec 3D sisteminde de hizmet veriyor. Dentiron Ailesi Sunar Saygılarımızla...*

[www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinde “Dentiron Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği” isimli hesapta;

*“250 m² kapalı alana sahip modern ve ferah iç dizaynı, genel ve VIP klinik odaları, son teknolojik cihaz, ekipman ve profesyonel kadrosu ile DENTİRON Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği, 7 Mayıs 2011 Cumartesi günü hizmet vermeye başlıyor… Kliniğimizde güncellemeler ve tedavi seçenekleri her geçen gün büyüyerek, gelişerek devam ediyor. Bizi izlemeye devam edin... Dentiron. Kliniğimiz yeni tedavi seçeneği olan Cerec 3D sistemine Perşembe gününden itibaren kavuşuyor... Dentiron Ailesi Sunar… Her biri alanında profesyonel olan uzman sağlık ekibi ve hekimlerin öncülüğünde kalite, güven ve tam memnuniyet ilkeleri ile çalışan ağız ve diş sağlığı kliniği. Mükemmel gülüş için görünmez çözüm. Gelişmiş görünmez ortodontik tedavi dijital kişiye özel tasarım güvenilir sonuçlar dişlere başarılı adaptasyon”* ifadelerine yer verildiği,

Tüm bu durumların sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-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 **Basırlar Sağlık Hizm. Medikal İnş. Org. İth. İhr. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Dentiron 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.

**19)**

**Dosya No: 2015/1602**

**Şikayet Edilen: Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Tic. Ltd. Şti. (Özel Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Google Adwords sistemi vasıtasıyla[www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Özel Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği tarafından [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinde*; “Ümitköy’de güvenilir diş kliniği”* şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitesinde Google Adwords sistemi vasıtasıyla yayınlanan reklamlarda *“Ümitköy’de* ***güvenilir*** *diş kliniği”* ifadesine yer verildiği, söz konusu tanıtımın talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu 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 **Dent Ümitköy Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği Tic. Ltd. Şti. (Özel Dent Ümitköy 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.

**20)**

**Dosya No: 2015/1258**

**Şikayet Edilen: Dr. Mevlüt DAĞ**

**Şikayet Edilen Reklam: www.activaestetik.com, mevlutdag.com** [**www.facebook.com/**](http://www.facebook.com/) **activaestetik,** **instagram.com** ve **tr-tr.facebook.com/doktormevlutdag** adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.activaestetik.com.tr** adresli internet sitelerinin **11.09.2015** tarihli görünümünde “Hakkımızda” başlığı altında, “*Dr. Asude CAMCI Medikal Estetik Hekimi; 1971 Malatya doğumlu olup İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesinden 1994 yılında mezun olmuştur. 17 yıl Kamu da görev yapmıştır. 2003 yılında Sağlık Bakanlığı Medikal Estetik Hekimliği Sertifikası almıştır. Bu tarihte Malatya'da ilk lazer epilasyon yapan hekim olmuştur.2005 yılında açılan Activa Güzellik Merkezi'nin kurucu üyesidir. Lazer teknolojileri konusunda çok geniş bir bilgi ve tecrübeye sahiptir. Lazer epilasyon açısından kliniğine başvuran her hastayı hala kendisi değerlendirmekte ve işlemlerini yapmaktadır. Lazer, antiaging, botox, dolgu, prp, mezoterapi, ozon tedavisi konusunda yurt içi ve yurt dışı çok sayıda kongre ve seminerlere katılmış ve sürekli kendini ve bilgilerini güncel tutmasını bilmiştir. Halen Özel Activa Polikliniği'nin mesul müdürlüğünü ve medikal estetik alanında doktorluk görevini aktif olarak sürdürmektedir.*

*Dr. Mevlüt DAĞ Medikal Koordinatör; 1975 yılında Almanya da doğdu. 2000 yılında* ***Fırat Üniversitesi Tıp Fakültesi****'nden mezun oldu. 2005 yılında T.C. Sağlık Bakanlığından* ***Medikal Estetik Uygulama Sertifikası*** *aldı. Bu tarihten itibaren* ***Malatya'daki ilk Güzellik ve Estetik Merkezini*** *arkadaşları ile açarak Medikal Estetik Uygulamalar alanındaki çalışmalarına başladı. 2008 yılında T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'ndan* ***Estetisyenlik Sertifikası*** *aldı. 2010 yılında Tıbbi Ozon Derneği'nden* ***Tıbbi Ozon Uygulama Sertifikası*** *aldı. 2012 yılında Malezya Homeopati Fakültesinden* ***Cupping Therapy (Hacamat) Sertifikası*** *aldı. 2005 yılından itibaren FUE tekniği ile saç ekimi, botox, dolgu, prp, mezoterapi, ozon uygulamaları, her türlü lazerlerin kullanımı, antiaging işlemler ile ilgili sayısız kongre ve seminerlere katıldı. En kaliteli hizmeti sunmak için sürekli kendini geliştirmekte olup bu amaçla alanında dünya çapında isim yapmış kişilerden eğitimler aldı; İspanya da* ***Dr.Philippe Deprez****'den Mezoterapi ve Lipoliz eğitimi aldı. İtalya'da* ***Dr.Fulvio Vannini****'den mezokokteyller, yüz saç ve vücut problemlerinde PRP uygulamaları ile ilgili eğitimler aldı. Kore'de* ***Dr.Kwon Han Jin****'den lazerler, antiagingde ip kullanımı ve PRP eğitimleri aldı. İtalya'da* ***Dr.Gabriele Tabaracci****'den Tıbbi Genel Ozon ve Lokal Uygulamalar ile ilgili eğitimler aldı. Kanadalı* ***Dr.Arthur Swift****'ten botox, dolgu ve yüz şekillendirmede altın oran ile ilgili eğitimler aldı. İtalya'da* ***Dr.Ciro Accardo****'dan yüz şekillendirmede ve dudakta ip kullanımı eğitimleri aldı. Dr. Mevlüt Dağ, halen İstanbul Caddebostan'daki kliniğinde medikal estetik alanındaki çalışmalarını sürdürmekle birlikte, Özel Activa Polikliniği'nin de medikal koordinatörlüğünü yürütmektedir.*

*Op.Dr.Emir Burak YÜKSEL Danışman Hekim; 1979 Malatya doğumlu olup Firat Üniversitesi Tıp Fakültesi mezunudur. Ayni Üniversitenin Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Ana Bilim Dalında ihtisasını tamamlamıştır. İhtisası süresince alanı ile alakalı birçok kongre seminer ve bilimsel toplantılara katılmıştır. Yüz, göğüs ve vücut estetiği ile alakalı her türlü sayısız güzel operasyonlara imza atmıştır. Bu süreçte bazı konulara daha fazla özen göstermek gerektiğini düşünerek alanında bazı konular üzerine daha ayrıntılı çalışmalar yapmıştır; Göz estetiği, göz üst kapak problemleri ve göz altı torbaları, Kepçe kulak problemleri, Burun problemlerine ameliyatsız yaklaşımlar, Lazer ile lokal anestezi altında liposuction, Ameliyatsız göğüs küçültme ve dikleştirme, Vücut şekillendirme. Estetik operasyonu yaptıracak kişileri aile bireyi gibi düşünmesi ve davranması en güzel düsturudur. Op. Dr. Emir Burak Yüksel, halen Antakya'da bulunan kliniğinde çalışmalarını sürdürmekle beraber, Estetik Cerrahi konusunda Özel Activa Polikliniği'ne başvuran hastalara da danışmanlık hizmeti vermektedir*" şeklinde, kuruluşunuz bünyesinde çalışan doktorları, şahsınızı ve muayenehanenizi övücü nitelikte ifadelere yer verildiği,

Söz konusu siteden yapılan yönlendirme sonucunda **www.facebook.com/activaestetik,** **instagram.com** ve **tr-tr.facebook.com/doktormevlutdag** adresli sosyal paylaşım sitelerinde hasta öncesi-sonrası görüntülerine ve videolarına yer verildiği;

**www.facebook.com/activaestetik** ve **tr-tr.facebook.com/doktormevlutdag** adresli internet sitesinde yer alan “*Ve mevsim cildimizin mevsimi…cilt problemlerinde güzel yöntemlerden biri QURAS Q-SWITCH ND-YAĞ lazer ile KARBON PEELING #ciltyenileme#canlandırma#gözenekgenişligi#leke#sivilceizleri#antiaging#karbonpeeling”, “dudaktaki kırışıkların giderilmesi 3D Dolgu ile Dudak Estetiği uygulamasından hemen sonar gözle görülür sonuçlar. Uygulama detayları için* ***www.mevlutdag.com/3d-dolgu-ile-dudak-estetiği*** *sorularınız ve randevu için: 0543 301 25 25*” ve “*İplerle yaşınızı askıya alın! Cilt altı ip uygulaması ve PRP beraber kullanıldığında yüzde yeni dokualrın oluşmasına destek olarak zamanın akışını tersine döndürüyor… Randevu ve sorularınız için: 0543 301 25 25* ***www.mevlutdag.com****”* şeklinde ifadelerin ve hasta öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülerin bulunduğu ve belli bir tedavinin, üstünlüklerini, fotoğraflarını ve videolarını yayınlayarak, muayenehanenizde kullanılan bu tekniğin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşunuzun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu,

**mevlutdag.com** adresli internet sitesinin **11.09.2015** tarihli görünümünde yer alan, **"Secret: Radyo Frekanslı Fraksiyonel İğne Terapisi, Ameliyatsız Yüz Germe ve Cilt Gençleştirme"** başlığı altında; “Yüzdeki elastiyet kaybı ve yaşlanma ile ortaya çıkan sarkmalarda ameliyatlara mahkümiyet her geçen gün azalmakta. Araştırmalar bu alanda çok hızlı ve başarılı yeni cihazlarla daha genç görünmek isteyen hastalara yeni imkanlar sunmakta. Ameliyatsız uygulamalar, anestezi ve uzun iyileşme dönemlerine ihtiyaç dudyulması nedeni ile günlük hayatı da aksatmadığı için özellikle tercih edilmekte. Son dönemde fraksiyonel lazerler, ulterapy gibi methodlara eklenen “ALTIN FREKANS” ile ameliyatsiz uygulamalar çok daha iddali hale geliyor.

Özellikle cilt kalitesinin arttırılmak istenen ve elastikiyet kaybı olan hastalarda başarılı sonuçlar verdiği gibi, leke ve akne izleri gibi sorunlarda ve cilt damarlarını yeniden düzenlemede tercih edilecek bir yöntem olarak kullanılmaktadır.” şeklinde ifadelerle belli bir tedavinin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşunuzun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu ve **hastanın tedavi öncesi-sonrası** görüntülerine ve tedavi videosuna yer verildiği,

**“Micro Plus”** başlığı altında; “micro plus, micro ve galvanic akım ile birleştirilerek en üst düzeyde kullanılan özel geliştirilmiş elektroterapi cihazdır. Benzerleri arasında en güvenli teknolojiye sahip olan sistemdir. Micro plus, local kilo problem olan kişilerde en etkili uygulamalardan bir tanesidir, vücudun doğal formuna en kısa sürede kavuşmasını sağlar. Yurtdışında yıllardır “ neştersiz gençleşme yöntemi” olarak uygulanan micro plus, selülit problemlerinde, deri sarkmalrında dolaşiım bozukluklarında, obezite sorunlarında ve vücut şekillendirmede yoğun olarak kullanılır, mel Gibson, Victoria beckham, angeline jolie, demi more, Sharon stone gibi ünlülerin gençleşme sırrı micro plus’tır*”* şeklide talep yaratıcı ifadelerle belli bir tedavinin üstünlüklerini ön plana çıkarılması suretiyle muayenehanede kullanılan bu tekniğin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu 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;

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

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

**21)**

**Dosya No: 2015/1253**

**Şikayet Edilen: Dentesteticha Diş Estetiği ve Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Prodenta Ataşehir)**

**Şikayet Edilen Reklam: http://prodenta.com.tr/** ve **www.facebook.com/prodentadisklinigi** adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2015, 08.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşunuza ait **http://prodenta.com.tr/** adresli internet sitelerinin **05.10.2015 ve 08.01.2016** tarihli görünümünde yer alan;

“Ana sayfa” başlığı altında yer alan; “*Güzel bir gülüş en güzel makyajdır. Estetik bir gülüşe sahip olmak neden önemli? Artık, Porselen dişler 1 günde yapılabiliyor.. ProDenta SUADİYE şubesi açıldı. Lazer ile Dişeti kanamasına son.*

“Ekibimiz” başlığı altında yer alan; *“****Güleryüzlü profesyonel bir ekip... Prof.Dr. Arzu Aykor ve Dr. Dt. Okan Acar*** *yönetiminde profesyonel diş hekimliği hizmeti veren ProDenta; Profesör, Doçent, Uzman Diş Hekimi ve Diş Hekimi Asistanları, İdari Personel, Teknik Destek, Yönetişim ve Kurumsal İmaj Danışmanlarıyla bütünsel bir kadrodan oluşuyor...*

“Hakkımızda” başlığı altında yer alan*; “Aynı fakültede başlayan okul arkadaşlığı, daha sonraki yıllarda muayenehane ortaklığına dönüştü. Prof. Dr. Arzu Aykor ve Dr. Dt. Okan Acar 'ın ilk adımı 1992 yılında halen birlikte çalıştıkları sekreterleri Sıdıka Adaş ve Prof. Dr. Ahu Acar ile müşterek muayehanede attılar. 1999 yılında Dr. Sevil Şermet ekibe katıldıktan sonra, Özel Akademik Dental Diş Kliniği kuruldu. İkilinin başarısı tüm branşlarda çalışan hekim grubu ile birlikte, bir çok hasta tarafından tercih edilen özel diş sağlığı kliniği haline geldi. İkilinin 2010 yılında, Estethica Tıp Merkezi Ağız ve Diş Sağlığı Kliniği işletmesini alması başarılarını kanıtlamak için iyi bir fırsat oldu. Türkiyeye gelen dijital görüntüleme, lazer ve Bilgisayar destekli Estetik Diş Hekimliği uygulamaları yapan Bilgisayar Destekli Tasarım ve Modelleme (CAD-CAM) gibi cihazları muayenehanelerine alan hekimler arasında yer aldılar. 2013 yılında Ataşehir'de ve 2014 yılı Suadiye'de kurdukları Özel ProDenta Ağız ve Diş Sağlığı Poliklinikleri ile yurtiçi ve yurtdışı hastalarına hizmet vermektedirler. Bugün Özel ProDenta Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi, tüm branşlarda uzman diş hekimleri, yönetim ve yardımcı personel kadrosu ile yeni mekanlarında  ''Hayat gülümseyince güzel'' misyonu ile hastalarını karşılamaktadır.*

*Amatör ve akademik ruhu birleştirdikleri, profesyonel diş hekimliği hizmeti verdikleri yer, ProDenta...”* şeklinde şahsınızı ve muayenehanenizi övücü nitelikte ifadelere ve hasta öncesi-sonrası görüntülerine ve videolarına yer verildiği;

**www.facebook.com/prodentadisklinigi** adresli internet sitesinin **08.01.2016** tarihli görünümünde yer alan, “*ESTETİK VE GÜZEL GÜLÜMSEMENİZ KARİYERİNİZİ ETKİLİYOR! Estetik Tedavi uygulamaları; Ortodontik Tedavi, Beyazlatma, Kompozit (Beyaz ışıklı dolgular) uygulamalar,Porselen Lamina, Zirkonyum, Lazer ile yapılan uygulamalar ve İmplant tedavilerini içerir. Estetik diş hekimliği sadece dişlerin estetiği ile değil, aynı zamanda dişeti rengi (esmer kişilerdeki koyu lekeler) ve biçimi, dişeti çekilmesi, dudak biçimi ve yüzün genel görünümü ile de ilgilenir. Estetik amaçlı yapılan tedaviler kişinin kendine olan güvenini, iş ve sosyal yaşantısındaki konumunu ve dolayısıyla kariyerini de olumlu yönde etkilemektedir. Kısa sürede diş estetiği sağlanabiliyor mu? Kısa sürede yapılabilen estetik tedaviler beyazlatma, ışıklı dolgular ve porselen laminalar'dır. İleri estetik gerektiren olgularda ise, ortodontik tedavi veya kısa süreli ortodontik tedavi / porselen lamina kombinasyonlu tedaviler uygulanabilir. Hastanın sosyal durumu ve tercihleri tedavi seçeneklerini etkiler. Ağustos ve Eylül Ayları İçin Geçerlidir. Fantastik dörtlü ile yaza merhaba muayene+panaromik film+diş taşı temizliği+ diş beyazlatma: 800TL. Kadınlar gününe özel 1 adet dolgu ve diştaşı temizliğinde %50 indirim. Estetik diş hekimliği bölümü sağlıklı ve güzel gülümsemeniz için uzmanlaşmış bir birimdir. Aralıklı ön dişleriniz sizi rahatsız mı ediyor? Sorulan sorulardan en çok beğeni alan soruya ücretsiz diş taşı temizliği hedye ediyoruz! Cevapsız sorunuz kalmasın! Lazer tedavisi ile dişeti hastalıklarınızdan kurtulabilirsiniz. Lamina tedavisi ile daha özgür gülümseyin. Beyaz dişler ile gülümseyebilmeniz klinik ortamda yapılacak diş beyazlatma tedavisi ile mümkündür. Yeni yıl paketi, diş beyazlatma diş taşı temizliği muayene: 500TL”* şeklinde ifadelerle şahsını ve muayenehaneyi övücü nitelikte görüntülerin bulunduğu ve belli bir tedavinin, üstünlüklerini, fotoğraflarını ve hastaların tıbbi işlem öncesi ve sonrası görüntülerini yayınlayarak, muayenehanede kullanılan bu tekniğin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu ve söz konusu sitede yer alan kampanya ve fiyat bilgisi ile muayenehaneye ticari bir görünüm kazandırılarak talep yaratıldığı 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;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 13/4, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dentesteticha Diş Estetiği ve Sağlık Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. (Prodenta Ataşehir)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2014/651**

**Şikayet Edilen: Lara Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait **www.laraguzelliksalonu.com** adresli internet sitelerinin **19.08.2015** tarihli görünümlerinde; kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında *"Lazer Epilasyon ve İğneli Epilasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemin tanıtımının yapıldığı,

**- www.facebook.com/LaraGuzellikSalonu** adresli internet sitelerinin **21.08.2015** tarihli görünümünde; *“Koltuk altı ve genital bölge %50’ye varan indirimler, Genital Bölge Lazer Epilasyon 170 TL Yerine 90TL”* şeklinde tıbbi işlemlere yönelik kampanyalardan ve fiyatlardan bahsedildiği, yine söz konusu internet sitesinde talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı,

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

**23)**

**Dosya No: 2014/649**

**Şikayet Edilen: Pelle Estetik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusukuruluşa ait Kuruluşunuza ait **www.pelleestetik.com** adresli internet sitesinin **19.08.2015** tarihli görünümlerinde;

-Kuruluşunuzun sunduğu hizmetler arasında; *"Zayıflama Ünitesi-Kavitasyon, kimyasal peeling”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı,

- Kuruluşunuzun isminin; “***Pelle Estetik***” 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 **Pelle Estetik Salonu** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**24)**

**Dosya No: 2014/1504**

**Şikayet Edilen: Ahmet Emre ALBAYRAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.11.2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.bitkiselsepetim.com](http://www.bitkiselsepetim.com) adresli internet sitesinin 19.11.2014 tarihli görünümünde;

Muhtelif gıda takviyelerine ilişkin olarak; ***“Hel-Dem Atom Çayı (Bomba Çayı):İçerdiği tarçın, zencefil, havlıcan, zerdeçöp, karanfil, yenibahar, hint cevizi, kristalize şeker ile bağışıklık sistemini güçlendirir. Soğuk algınlığı, grip ve nezleye karşı çok etkili ve koruyucudur. Bademcik ve boğaz iltihabına iyi gelir. Bronşları açar, balgamı söktürür. Öksürüğü giderir, göğsü yumuşatır. Anne sütünü artırıcı etkisi vardır. Kan dolaşımını hızlandırır. Vücudun direncini artırır, gün boyu enerji ve zindelik verir. Tamamen doğaldır… Hel-Kim Andız ve Dut Pekmezli Zencefilli Bitkisel Karışım: Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir. Astım bronşit ve nefes darlığına faydalıdır. Bronşları açar. Balgam söktürür. Öksürüğü giderir. Göğsü yumuşatır. Üst solunum yolları enfeksiyonlarında faydalıdır. Kadın ve erkeğin beden gücünü arttırır. Çocukların gelişiminde etkilidir.(7 yaş altı için önerilmez.) Bademcik ve boğaz iltihabına iyi gelir. Sinüzite karşı etkilidir. Ateş düşürür. Sindirim bozukluklarında faydalıdır. Tamamen doğal olduğu için yan etkisi yoktur… Şahmerdan Epimedyumlu Cinsel Güç Arttırıcı Karışım: İçeriği Tamamen bitkisel olan epimedyumlu macunu erkeklerin yanı sıra bayanlarda gönül rahatlığıyla kullanabilirler. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı onaylı bu doğal afrodizyak kullanıldıktan 30-40 dakika sonra muhteşem etkisini göstermeye başlar… Epimedyumlu Macun Cinsel Güç ve Cinsel İstek Artırıcıdır. Geciktirici etkisi ile Erken Boşalma problemlerine yardımcı olur. Epimedyumlu Macun Vücuda Zindelik ve Kuvvet Verir. Sperm Yetersizliği Tedavisinde Yardımcı, Sperm Kalitesini Artırıcıdır. Epimedyumlu Macun Günlük hayatta enerji sıkıntısı çeken, halsizlik, yorgunluk gibi şikayetleri olan insanlara tavsiye edilir. Epimedyumlu Macun ayrıca hafızayı güçlendirir.”*** şeklinde ifadelere,

Muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin olarak; **“*Herbal Lotion Ağrı Kesici Losyon: İçerdiği yağlarla ağrı kesme konusunda uzman losyonunuz. Baş, bel, boyun, sırt, bacak, diz, omuz, kol ağrılarında yanınızdan ayırmak istemeyeceğiniz kadar kuvvetli bir ağrı kesicidir… Softem Aynısefa Kremi: … Özellikle iyileşmekte direten inatçı yaralar, yanıkları, yatak yaraları için kullanıldığında iyileşme döneminin kısaldığı görülmektedir… Tahriş olan ciltleri onarmaya, güneş yanıklarına karşı cildi korumaya yardımcı olur.”*** 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 ürünlerin bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünler ve söz konusu sitede bu mahiyette tanıtılan muhtelif diğer ürünler ile tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturulduğu,

Ayrıca, anılan internet sitesinde yer alan ve Kozmetik Mevzuatına tabi olan kozmetik ürünlerin insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olmasından ötürü, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aştığı ve yanıltıcı sağlık beyanları niteliğinde değerlendirildiği; öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik” veya “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 7 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,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**25)**

**Dosya No: 2015/1355**

**Şikayet Edilen: Abbott Laboratuarları İth. İhr. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “Similac”** marka devam sütlerine yönelik olarak **“*Similac ile mutlu göbüşler, mutlu bebekler!”*** sloganı ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2015 – 29.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler**: **“*Similac ile mutlu göbüşler, mutlu bebekler!”*** sloganı ile ulusal televizyon kanallarında yayınlanan ve iki bebeğin konuşturulduğu reklamlarda;

*“-Can, aşkımız buraya kadar! Ayrılıyoruz.*

*-Neden?*

*-Sorun sende değil, göbüşünde. Hep huysuz, hep gazlı. Daha fazla karın ağrını çekemeyeceğim. Bence biraz zamana bırakalım.*

*-Dış ses: Mutlu bebeklerin sırrı rahat sindirim. Similac mutlu bebekler için yanınızda. Similac’ın içeriği bebeğinizin eksiksiz beslenmesine yardımcı olmak için, özel yağ karışımı ise mutlu göbüşler için geliştirilmiştir. Similac ile mutlu göbüşler, mutlu bebekler!”*

diyaloğuna yer verildiği, ayrıca reklam filminin devamında “bebek göbeği üzerine çizilen gülen yüz” ile Similac logosunun yanında kullanılan ve bağırsak kıvrımını andıracak şekilde sağlıklı bir sindirime atıf yapan ok işareti gibi görsellerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **“Similac”** marka devam sütlerine yönelik olarak **“*Similac ile mutlu göbüşler, mutlu bebekler!”*** sloganı ile 09.09.2015 – 29.11.2015 tarihleri arasında ulusal televizyon kanallarında yayınlanan ve iki bebeğin konuşturulduğu reklamlarda;

*“-Can, aşkımız buraya kadar! Ayrılıyoruz.*

*-Neden?*

*-Sorun sende değil, göbüşünde. Hep huysuz, hep gazlı. Daha fazla karın ağrını çekemeyeceğim. Bence biraz zamana bırakalım.*

*-Dış ses: Mutlu bebeklerin sırrı rahat sindirim. Similac mutlu bebekler için yanınızda. Similac’ın içeriği bebeğinizin eksiksiz beslenmesine yardımcı olmak için, özel yağ karışımı ise mutlu göbüşler için geliştirilmiştir. Similac ile mutlu göbüşler, mutlu bebekler!”*

diyaloğuna yer verildiği, söz konusu diyalogda geçen *“Sorun sende değil göbüşünde, hep huysuz hep gazlı”*, *“Daha fazla karın ağrını çekemeyeceğim”*, *“Mutlu bebeklerin sırrı rahat sindirim”* ve *“Mutlu göbüşler, mutlu bebekler”* şeklindeki ifadeler ve “bebek göbeği üzerine çizilen gülen yüz” ve Similac logosunun yanında kullanılan ve bağırsak kıvrımını andıracak şekilde sağlıklı bir sindirime atıf yapan ok işareti gibi görsellerle ürünün bebeklerde sindirim ve gaz sorunlarına iyi geldiği iddiası ile sağlık beyanı içeren tanıtımlar yapıldığı ve söz konusu iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, bu durumun da Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği Ek-15’te yer alan “Sağlık Beyanları ve Beyan Koşulları” başlıklı hükme aykırılık teşkil ettiği;

Diğer taraftan, reklam filminde yer verilen *“Similac’ın içeriği bebeğinizin eksiksiz beslenmesine yardımcı olmak için, özel yağ karışımı ise mutlu göbüşler için geliştirilmiştir”* ifadesi ile Türk Gıda Kodeksi Devam Formülleri Tebliği’ne göre devam formüllerinde kullanılan yağlara ilişkin belirlenen hükümlere aykırı olarak ürüne benzer ürünler arasında ayrıcalık yaratmak suretiyle üstünlük atfedildiği, bununla birlikte özel yağ karışımının diğer ürünlere kıyasla Similac markalı ürüne ne tür bir üstünlük sağladığı ve ürün kompozisyonunun insan fizyolojisi üzerindeki faydalı etkilerine ilişkin açıklamalara yer verilmediği, bu durumun da tüm benzer ürünler aynı niteliklere sahip olduğu halde Similac marka ürünün özel niteliklere sahip olduğu iddiası ile tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu görüş ve kanatine varılmış olup, inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Abbott Laboratuarları İth. İhr. ve Tic. Ltd. Şti.** 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.

**26)**

**Dosya No: 2015/1572**

**Şikayet Edilen: Erkan EREN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kucukkelebek.com](http://www.kucukkelebek.com) adresli internet sitesinde ***“ProBalance Alkali Kapsül”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.kucukkelebek.com adresli internet sitesinin 29.12.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“****ProBalance Alkali*** *– Yediğimiz ve içtiğimiz her şey vücudumuzun pH seviyesini etkiler. Denge, sağlıklı bir bedenin anahtarıdır denilebilir. Yanlış beslenme, insanların yaşamlarında fiziksel, düşünsel ve ruhsal alanda negatif etki yaratır. Vücut için sağlıklı gıdaların tüketilmemesi ve uygun olmayan yaşam biçimi, vücutta ki pH dengesini bozarak pek çok hastalığa zemin hazırlar. Kirli hava, sağlıksız su, gazlı içecekler, raf ömrünün uzaması için çeşitli şekillerde işlenmiş gıdalar, yanık yağlar(kızartmalar) ,genetiğiyle oynanmış gıdalar, stres, üzüntü, öfke vb. olumsuz duygular hücrelerimizde oksitlenmeye, bozulmaya neden olur. Havadaki kararsız ve stabil olmayan oksijen atomları nasıl bir elmanın dış yüzeyiyle temas edip çürümesine sebep oluyorsa bedenimizde de benzer bir sebeple yavaş yavaş hastalıklar oluşmaya başlar. Asidik yaşam ve asidik beslenme zararlı parazit ve bakterilerle dolu sağlıksız bir bünye oluşturmakta, dolasıyla hastalıklara yakalanma riskimizi artmaktadır. Hücre ve dokular normal fonksiyonlarını asidik bir ortamda sürdürmeye devam ettiklerinde başta asidoz, kronik yorgunluk, osteoporoz, şeker, kanser, kalp hastalıkları, yüksek tansiyon gibi birçok hastalık için uygun zemin hazırlanmış olur. Vücut kimyamızın sağlıklı olabilmesi için vücut pH ının çok hassas bir sınır içinde olması gerekmektedir. Asit-Baz dengesi organizmanın tüm yaşamsal sürecinin temeli sağlığın koruması için temel şarttır. BU hassas dengeyi koruyarak fiziksel, duygusal ve zihinsel bütün vücut fonksiyonlarımızın sağlıklı işlenmesi sağlayabiliriz. Yaşam sıvımız kan kanımız ve diğer vücut sıvılarımız doğal halleriyle hafif alkalidir. Vücudumuzun bu doğal değeri korumak için metabolik işlemler ve günlük beslenme sonucu vücut sıvılarında oluşan asidi, alkali minerallerle doğru oranlarda birleştirip, onları nötr hale getirerek dengeleme yapar. Alkali minerellarin tüketimi vücudun fonksiyolarını devam ettirmesi üzerine kurulmuş ir beslenme biçimi,başka bir deyişle vücudun matematiğidir. Alkali formda ki mineraller 5 adettir. Bunlar, kalsiyum, Potasyum, Sodyum, Magnezyum, ve Demir minerallerdir. Bütün bu mineraller sağlıklı alkali bir çevre yaratmak için çok önemlidir. Bu mineraller asitik minerallerle birleşerek toksin maddeleri vücuttan atarlar. Asidik pH vücudumuzun bu önemli alkali minerallerin dengesini bozar. Vücut asidik ortamı nötralize etmek için kalsiyumu kemiklerden alarak kullanır. Bunun sonucunda vücutta yedek olarak depolanmış alkali mineral dengelerine zarar verilir. Örneğin; Bir bardak kola ile alınan fosforik asit vücuduna asitlenmesini öyle bir arttır ki bunu temizlemek için börekler 32 bardak suyu ve kemiklerden bolca kalsiyumu boşa harcar. Oysa suçlu biziz. Bu hastalıkların sebebi motora yanlış benzin koymamız. Siz hiç dizel olan arabanıza normal benzin alıyor musunuz? Ya da tam tersi? Peki bu seçiciliği neden vücut sağlığınız için yapmıyorsunuz? Vücut asit yükünü azaltarak alkali mineral tüketimini arttırmalıyız. Vücutlarının pH’ını etkin biçimde kullanan kişiler, hafif alkali derecede ki vücutlarının herhangi bir yerinde ağrı veya kramp ile karşılaşmazlar. Alkali yaşam vücudun dengesini doğal halinde korumasına yardımcı olur, metabolizma yağ yakma hızını artırır. İşte bu vücut dengesini etkin biçimde kontrol altında tutabilmemiz için Pro-Balance kullanan kişiler fiziksel olarak sağlıklı ve zinde aynı zamanda duygusal olarak pozitif ve berraktırlar. Sonuç mükemmeldir çünkü hücreler olması gerektiği gibi sağlıklı alkali bir ortam içindedir. Unutmayın ; “pH’ı dengeli olmayan bir vücut hastalıkları kendine çeken güçlü bir mıknatıstır.* ***Pro-balance ile sağlığınıza destek vererek hayatınıza daha fazla kalite katmanızı dileriz****…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kucukkelebek.com](http://www.kucukkelebek.com) adresli internet sitesinde **“ProBalance Alkali Kapsül”** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, ürünün insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların anılan ürün ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, diğer taraftan söz konusu ifadelerin bilimsel verilerle kanıtlanamadığı, bu itibarla anılan tanıtımların tüketicileri aldatComplexed Potassium 99mg Tabletsıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu tespit edilmiş olup, inceleme konusu reklamların;

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**27)**

**Dosya No: 2014/1146**

**Şikayet Edilen:** **Onur CACINA - Dermovil**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.dermovil.com](http://www.dermovil.com) adlı internet sitesinin 25.06.2015 tarihli görünümünde; ***“Hipp 1 Organik Devam Maması 5 adet;*** *Organik süt içeriği sayesinde lezzeti diğer mamalara göre daha iyidir. Organik içerikli olduğundan %100 GDO’suzdur. Kolay sindirildiğinden, bebekte hazımsızlık veya gaz problemlerine sebep olmaz. Beyin, göz ve sinir sistemi gelişiminde çok önemli olan uzun zincirli yağ asitleri (LCPUFA) ilave edilmiştir.* ***HİPP NATAL 200g;****… Melisa (Oğul Otu), eski çağlardan beri sinirleri yatıştırıcı etkisi ile bilinmekte ve spazm giderici, özellikle de sinirsel sindirim rahatsızlıkları üzerinde yardımcı olarak kullanılmaktadır.* ***SMA Gold 3- 900g;*** *Ek gıdalara başlayan bebeklerde sıklıkla karşılaşılan demir eksikliğine bağlı aneminin önlenmesine yardımcı olması için demir ilavesi yapılmıştır. Ayrıca 5 ana nükleotid ile zenginleştirilerek bebeklerin bağışıklık sisteminin gelişimini desteklerken saf sebze kaynaklarından elde edilen Omega-3 ve Omega-6 sayesinde de bebğin görsel, psikomotor ve bilişsel gelişimini destekler. Bununla beraber Promil GOLD 6 aydan büyük bebeklerin gelişimleri için ihtiyaç duyacakları birçok vitamin ve minerali günlük önerilen dozlarda içermektedir.* ***SMA Gold 1- 900 g;*** *SMA GOLD’un protein profili anne sütüne daha yakın seviyede esansiyel aminoasit içeriği ile anne sütüne daha yakın yaşa bağlı kilo kazanımını sağlar. 5 ana nükletid ile zenginleştirilmiş olmasıyla, bebeklerin bağışıklık sisteminin gelişimini desteklerken saf sebze kaynaklarından elde edilen Omega-3 ve Omega-6 ile bebeğin görsel, psikomotor ve bilişsel gelişimini de destekler.* ***Humana 2 300g;*** *Humana 2 Devam Maması bebeklerde bağışıklık sistemine destek veren ve anne sütünde de bulunan galakto-oligosakkaritler (prebiyotikler) içermektedir. Taurin takviyeli humana 2 anne sütüne benzer şekilde esansiyel aminoasitlerden zengin proteinler içermektedir.* ***Humana Kimyonlu Rezene Çayı 200g;*** *Kimyonlu Rezene Çayı, içeriği sayesinde, özellikle bebeklerde çok sık karşılaşılan gaz ve koliğe bağlı spazmların, mide-bağırsak krampları ve sancılarının giderilmesine yardım eder. İçeri rahatlatır, sakinleştirir. Humana Kimyonlu rezene Çayı içen annelerin bebeklerinde gaz ve kolik sancıları çok daha az görülür****.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.dermovil.com adresli sitede tanıtımı yapılan **“Humana Rezene Çayı, Hipp 1 Devam Maması, SMA Gold”** 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/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, 40/1-a, 40/1-b, 40/1-c, 42/1, 42/2 maddeleri,

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

-15.08.2014 tarih ve 29089 sayılı Türk Gıda kodeksi Devam Formülleri Tebliğinin 12/g maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2014/1308**

**Şikayet Edilen:** **Pcs İlaç ve Kozmetik Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.hemofit.com adresli internet sitesinin 29.09.2015 tarihli görünümünde; ***“****Hemofit nedir? Hemofit Bitkisel Kapsülün İçeriği: At Kestanesi;(****…)Romatizmal ağrılar, kas ağrıları, saç dökülmesi, yüzdeki güneş lekeleri, damar ağrıları ve göğüslerin toparlanmasında son derece etkili olan atkestanesi, hemoroit tedavisinde kullanılır (…).*** *Civanperçemi; (****… ) soğuk algınlığı, kramplar, ateşlenmeler, böbrek düzensizlikleri, diş ağrılarına karşı, tahriş olmuş cilde, kanamalar ve kadınların adet dönemini düzene sokmak için kullanılır(…).*** *Zencefil; (****…)Antiseptik etkisi sayesinde, mide ve bağırsak enfeksiyonlarına ve hatta gıda zehirlenmelerine karşı kullanılabilir(…)*** *Üzerlik tohumu;* ***(…) Bu ottan elde edilen öz, ateş düşürücü özellik taşıyor. Bel ve baş ağrılarını dindiriyor (…).*** *Karahalile;(****…) Midevi özellikli spazm çözücü. Damar büzücü etkisi vardır. Hemoroid tedavisi için kullanılır(…)*** *Çobançantası; (****…) Kan dolaşımını düzenleme etkisi olan, hem tansiyonu düşürebilen hem de yükselterek normalleştiren ender bitkilerden biridir (…). Hemoroide Ağrısız Acısız %100 Bitkisel Çözüm. Hemofitin Hemoroid Tedavisindeki Etkileri; İçerisindeki bitkilerin birçok faydaları olmakla birlikte, sindirim sistemi ile ilgili bazı faydaları şunlardır: Hemoroid oluşması ve devam etmesinde etkili olan kabızlık ve şişkinlik oluşumunu engellemede, sindirim ve bağırsak sisteminin düzenli çalışmasını sağlamada doğal destektir. Hemoroidden kaynaklanan ağrı, acı, yanma problemlerinin giderilmesine yardımcı olur. Kan dolaşım sistemini uyararak damarların sağlıklı çalışmasını destekler. Damarların büzüşmesine yardımcı olarak, kanın bir bölgede yoğunlaşmasını engeller. Kanın daha akışkan olarak vücutta kolayca hareket etmesinde yardımcıdır. Sindirim sistemini çalıştırıcı etkisiyle bağırsakların tembelleşmesini ve gaz yapmasını azaltır. Kabızlığı engellemede sindirim sistemine yardımcı olur.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.hemofit.com adresli internet sitesinde yer alan **“Hemofit”** 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 olduğu**,**

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

**29)**

**Dosya No: 2014/1310**

**Şikayet Edilen:** **Çağdaş Eczacılar Laboratuvarı Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.cagdasecza.com.tr adresli internet sitesinin 12.10.2015 tarihli görünümünde; ***“Sindirim ve bağırsak sisteminin düzenli çalışmasına, ağrı, acı, yanma, kasıntı vb. şikayetlerin kaybolmasına, kabızlık problemlerinin giderilmesine yardımcı olur.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.cagdasecza.com.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Hemofit”** 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,

- 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 olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Çağdaş Eczacılar Laboratuvarı 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.

**30)**

**Dosya No: 2015/579**

**Şikayet Edilen:** **Yaşamnet İthalat İhracat ve Pazarlama Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.yasamnet.com.tr](http://www.yasamnet.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Green Gem Chlorella Tablet”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.yasamnet.com.tr adresli internet sitesinin 19.03.2015 tarihli görünümünde, ***“Doğadan Gelen Şifa, Sağlıklı %100 Organik, Güvenli %100 Yan Etkisiz, Kaliteli %100 Saf”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.yasamnet.com.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Green Gem Chlorella Tablet”** 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,

- 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 olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Yaşamnet İthalat İhracat ve Pazarlama Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2015/716**

**Şikayet Edilen:** **Dora Farma Sağlık Ürünleri Kozm. Gıda İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.dorafarma.com](http://www.dorafarma.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Certix”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.dorafarma.com adresli internet sitesinin Nisan 2015 tarihli görünümünde; ***“Certix, günde 2 kapsül ile sperm hareketliliğinin artmasına, milyonlarca sperm oluşumuna, üreme yeteneğinin artmasına destek sağlar. Certix, moleküler aktivasyon işlemi ile gücü arttırılmış antioksidanların sinerjik etkileri sayesinde erkek üreme tedavilerini destekleyen bir üründür.”***  *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.dorafarma.com adresli internet sitesinde yer alan **“Certix”** 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 olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Dora Farma Sağlık Ürünleri Kozmetik Gıda İnşaat Turizm 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.

**32)**

**Dosya No: 2015/718**

**Şikayet Edilen:** **Mikro-gen İlaç San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.mikro-gen.com](http://www.mikro-gen.com) ile [www.nutrigen.com.tr](http://www.nutrigen.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan ***“Nutrigen Propolis, Nutrigen Omega, Nutrigen Üzüm, Nutrigen Supra, Nutrigen Vegy ve Nutrigen Balık Yağı”*** adlı ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.mikro-gen.com](http://www.mikro-gen.com) sitesine tıklandığında [www.nutrigen.com.tr](http://www.nutrigen.com.tr) adresli siteye ulaşıldığı tespit edilmiştir. www.nutrigen.com.tr adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde, ***“Nutrigen Propolis (…) düzenli kullanıldığında, özellikle mevsim geçişlerinde ve kış dönemlerinde sıkça görülen soğuk algınlığı, grip, üst solunum yolu enfeksiyonları ve orta kulak iltihabları gibi hastalıklara karşı direncin arttırılmasında yardımcıdır. Nutrigen Omega ile çocukların çözemeyeceği problem yoktur. Sorunu iştah ise çözümü Nutrigen Üzüm. Sebzeleri yeterince tüketmeyen çocuklar için Nutrigen Vegy. Büyümek için Nutrigen Balık Yağı.”***25.03.2015 tarihli görünümünde, ***“Nutrigen Supra dünyada en fazla vitamin ve minerali bir arada içeren, şampiyon olacak çocuklar için geliştirilmiş tek çocuk gelişim şurubudur.”***Nisan 2015 tarihli görünümünde, ***“ Nutrigen Üzüm çocuğunuzun hem bugünkü hem de gelecekteki sağlığını korur, sağlıklı büyümesi ve gelişmesini destekler. İştahı düzenler, kan yapar, can yapar. Bağışıklık sisteminin, sinir sisteminin, sindirim sisteminin ve metabolizmanın güçlendirilmesine, kronik hastalık riskinin azaltılmasına yardımcıdır.”*** şeklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.mikro-gen.com](http://www.mikro-gen.com) ile [www.nutrigen.com.tr](http://www.nutrigen.com.tr) adresli internet sitelerindeki **“Nutrigen Propolis, Nutrigen Omega, Nutrigen Üzüm, Nutrigen Supra, Nutrigen Vegy ve Nutrigen Balık 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,

- 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 olduğu**,**

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

**33)**

**Dosya No: 2015/721**

**Şikayet Edilen: Tat Gıda Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sek Peynir, İyi Sütten İyi Peynir”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler: “Sek Peynir, İyi Sütten İyi Peynir”** başlıklı reklamlardaki; *“Sek Peynir’in hikayesi süt beyaz bir çiftlikte başlar.* ***Türkiye’nin en iyi sütleri burada sağılır ve en taze halleriyle yola çıkar.*** *Özel tariflerle, ustalıkla hazırlanan sütler burada uykuya yatırılır ve günlerce uyur uyur… Uyandığında eşsiz lezzetiyle SEK peynir olur. Yepyeni SEK peynir ailesi. İyi sütten iyi peynir.”* şeklindeki ifadelerle Türkiye’nin en iyi sütlerinin firmanız tarafından üretildiği ve toplandığı, ayrıca diğer tüm onaylı süt ürünleri üreticilerinin temin ettiği sütlerin en iyi olmadığı iddiasıyla tüketicileri yanılttığı ve haksız rekabet teşkil ettiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “SEK Peynir” markalı ürünün ulusal televizyon kanallarında ve internet üzerinden yayınlanmakta olan 02.04.2015 tarihli, tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-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-c, 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 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**34)**

**Dosya No: 2015/730**

**Şikayet Edilen:** **Kozmo Elektronik Satış Pazarlama Yayıncılık Limited Şirketi & Hillary Company Turkey**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.cosmoturk.com](http://www.cosmoturk.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“VitAgil”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.cosmoturk.com adresli internet sitesinin 10.12.2015 tarihli görünümünde; ***“VitAgil Multivitamin Şurup; İştah artışına ve boy uzamasına, Bağışıklık sistemine, Zihinsel gelişime, Okul performansına destek olan, 13 vitamin+ 6 mineral, çinko, selenyum, biotin ve B vitaminlerinin tümünü içeren doğal tatlandırıcılı tek şuruptur.”***  *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.cosmoturk.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,

- 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 olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Kozmo Elektronik Satış Pazarlama Yayıncılık Limited Şirketi & Hillary Company Turkey** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/976**

**Şikayet Edilen:** **Güllerdağı Turizm Tarım İnş. San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.olivefarm.com.tr](http://www.olivefarm.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Keçiboynuzu Pekmezi, Kapari, Himalaya Granül Tuz, Himalaya Öğütülmüş Tuz”*** adlı ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.olivefarm.com.tr adresli internet sitesinin 21.04.2015 tarihli görünümünde, ***“Keçiboynuzu pekmezi Faydalar; tok tutar. Diyet yapanların açlık hissettiklerinde 1 çay kaşığı yemeleri açlık hissinin geçmesini sağlayacaktır. İshal, kabızlık gibi bağırsak hareketi bozukluklarında kullanıldığında bağırsak hareketlerini düzenler. (…) Astım, bronşit hastalarında hastalığın seyrini yavaşlatır.***

***Kapari; bilinen en etkili kan değeri arttırıcıdır, trombosit sayısı arttırır, sindirime yardımcı olur. İshali önler, romatizma, gut, anemi ve ülsere iyi gelir. Anti-tümör özelliği vardır ve ayrıca afrodizyaktır.***

***Himalaya Tuzu, sağlıklı hücre oluşumuna katkıda bulunup hücreleri oksijenle yüklediğinden vücudun uzun yıllar sağlıklı olmasına katkıda bulunur. Vücudun asit baz dengesini olumlu etkiler. Kan basıncının dengelenmesine yardımcı olur. Himalaya Tuzunun faydalı olabileceği rahatsızlıklar; yüksek tansiyon, kilo kontrolü, depresyon, stres, böbrek taşı ve kumların erimesi, kalp ritmi düzenleme ve kalp damar hastalıkları, migren, kemik erimesi, gut hastalığı, kireçlenme ve romatizma, kanserli hücrelerin oluşumunun önlenmesine ve tedavi etmesine yardımcı olur.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.olivefarm.com.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Keçiboynuzu Pekmezi, Kapari, Himalaya Granül Tuz, Himalaya Öğütülmüş Tuz”** 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,

- 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 olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Güllerdağı Turizm Tarım İnş. 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.

**36)**

**Dosya No: 2015/1181**

**Şikayet Edilen:** **İhealth Sağlık Ürünleri Ve İlaç Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sambucol Karamürver Ekstresi”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler**: Sambucol Karamürver Ekstresi adlı ürünün tanıtım broşüründeki, ***“Sağlıklı bir kış için Sambucol için! Sambucol ile çift yönlü etki! 1. Enfeksiyonlardan korunmanızı sağlar; Sambucol güçlü antioksidan etki gösteren Black Elderberry (Siyah mürver) içeriği ile bağışıklık sistemine tam destek sağlar. Savunma hücrelerinin üretimini arttırarak tehditlere karşı hızlı yanıt geliştirir. 2. Hastalık sürenizi kısaltır; Sambucol antivirin içeriği ile virüslerin yayılıp çoğalmasını engelleyerek grip ve soğuk algınlığını kısa sürede atlatmanıza yardımcı olur. Ateş, öksürük, kusma hissi ve nazal konjesyon gibi semptomlarda ilk günden itibaren hızlı bir düzelme sağlar.”***  *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “Sambucol Karamürver Ekstresi”** 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 olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **İhealth Sağlık Ürünleri Ve İlaç Sanayi Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2015/1514**

**Şikayet Edilen: Dem Natural Kozmetik Medikal Sanayi ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.demetdemirhan.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Dem* *Natural Organik Su Bazlı Propolis”***  adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.demetdemirhan.com adresli internet sitesinin 23.11.2015 tarihli görünümünde **“Dem Natural Organik Su Bazlı Propolis”** isimli ürüne yönelik; *“İçeriğindeki bileşikler sayesinde; Dünyanın en güçlü antioksidan özelliğine sahiptir. Doğal antibiyotik etkiye sahiptir. Anti ülser etkiye sahiptir. Anti tüberküler etkiye sahiptir. Anti hipertansif etkiye sahiptir.”* 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 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**38)**

**Dosya No: 2015/1785**

**Şikayet Edilen: Avrupa İlaç ve Kozmetik Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.avrupailac.com.tr](http://www.avrupailac.com.tr) adresli internet sitesin**in 20.11.2015** tarihli görünümünde, **Cym Plus** adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“****5\*5 Cym Plus ,*** *üçlü içeriği sayesinde,düzenli kullanımla kısa sürede sperm değerlerini olumlu yönde değiştirmeye yardımcı birüründür. Nasıl çocuk sahibi olabilirim diye soran milyonlarca ailenin haklı umudu olan* ***CymPlus****’ın yapılan klinik testlerde sperm sayısını ve kalitesini arttırdığı gözlemlenmiştir*

**İdasil** adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“Tüketici ve üretim araştırmaları ,* ***İdasil Hemoroid Kapsül****’ün 20 gün içerisinde etkisini göstererek, hemoroid rahatsızlığının**gerilemesine katkı sağladığını göstermiştir.* ***İdasil’****in basur üzerindeki etkileri: Kanamalı**dışkıyı engellemeye, ağrılı dışkıyı engelllemeye, Mide, sindirim ve bağırsak daha düzenli**çalışmasıjnı sağlamaya ve kabızlığı engellemeye, basur memelerinin küçülmesine yardımcı**olur.”* **Stag 9000** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, *“* ***Stag Sprey*** *tüm dünyada üretilen geciktiriciler arasında en etkili erkek geciktirici spreyidir. Geciktirici sprey erkeğin orgazm süresini uzatarak, yaşanan aşk seanslarının daha uzun sürmesini ve cinsel ilişkide duyulan zevkin daha yoğun yaşanmasını sağlar.* ***Stag*** *sprey hem erkekler hem kadınlar için daha iyi bir seks hayatı sunar.* ***Stag Sprey*** *sizin orgazm olmadan önce gerektiği kadar bekleme gücünü verir, böylece hemen orgazm olmaz ve erken boşalmazsınız.”* **Viga 60000** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, *“****Viga Sprey ,*** *erken boşalma sorunu olan erkeklerin var olan sorunlarını gidermeleri adına üretilmiş özel bir üründür. Bu sayede, tamamen sağlıklı bir biçimde cinsel sorunlarınızı, erken boşalma probleminizi gidermeye destek olur.* ***Viga Sprey*** *erken boşalma sorununu gidermeye destek olan ve 30-60 dakika arasında ilişki sürenizi uzatmanıza olanak tanıyan özel bir geciktirici sprey ürünüdür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yukarda örnek olarak belirtilen gıda takviyeleri **Cym Plus, İdasil** 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 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 ayrıca yukarda örnek olarak belirtilen kozmetik ürün **Stag 9000, Viga 60000** 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 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 **Avrupa İlaç ve Kozmetik Sanayi Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2015/1629**

**Şikayet Edilen: Berna DOĞAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.toptanbaharat.com](http://www.toptanbaharat.com) adresli internet sitesinin **23.11.2015** tarihli görünümünde, **Ihlamur Yapraklı Tilia sp. 1000 gr** adlı ürüne yönelik olarak; *“Uyku verir. Kan dolaşımının normal olmasını sağlar. Kansızlığı giderir. Kalp kifayetsizliğinde faydalıdır. Damar kireçlenmesini önler. Böbrekleri ve mesaneyi temizler. İdrar söktürür. Kum döker, taş oluşmasını önler. Ter söktürür. Grip ve soğuk algınlığının şikâyetlerini giderir. Göğsü ve bronşları yumuşatır. Mide ifrazatını artırır. Balla karıştırılıp içilirse, mide ülserine faydalıdır. Kabızlığı ve bağırsak spazmını giderir. Boyun ve yüze güzellik verir. Burkulma ve ezilmelerde ağrıyı keser. Saç dökülmesini önler. Göğsü yumuşatıcıdır. Sinir sistemindeki gerginlikleri azaltır. Rahatlatıcı, yatıştırıcı ve uyku vericidir. Kadınlarda aybaşı öncesi gerginlikleri giderir, aybaşı sancılarını azaltır.”* **Isırgan Yaprağı (Urtica sp.) 1000 gr** adlı ürüne yönelik olarak; *“İltihap giderici Kaşıntı ve mantar giderici. Saç bakımında kullanılır Ödem çözücü, iltihap gidericidir. Anemi, kan seviyesinde düşüklük. Kanser önleyici. Hücre yenileyici, mukoza artırıcı. Prostat büyümesini engeller. Romatizma ve guta iyi gelir. Bahar alerjisinde bağışıklık sistemini güçlendirerek vücudun direncini artırır.”* **Deve Dikeni Tohumu (Silybum Marianum) 1000** adlı ürüne yönelik olarak*; “ Ateşi düşürür, terletir ve vücuda rahatlık verir. Sindirim Sistemi: İştah açıcıdır. Safrayı arttırır. Karaciğer hastalıklarında faydalıdır.* ***Üriner Sistem****:İdrar arttırıcıdır. Taş düşürür. Kum döker.* ***Kas, Kemik ve Eklemler****: Romatizmada etkilidir.* ***Genital Sistem:****Afrodiziyak etkisi vardır. Sinir Sistemi: Yatıştırıcı olarak kullanılır.”* **Kiraz Sapı 1000 gr** adlı ürüne yönelik olarak, *“İdrar söktürür. Böbreklerde biriken zararlı maddelerin atılmasına yardımcı olur. Kabızlığı giderir. Kanın temizlenmesine yardım eder.Nikris, romatizma, damar sertliği ve mafsal kireçlenmesinde faydalıdır. Karaciğer şişliğine iyi gelir. Safra akışını normale döndürür. Sivilceleri önler. Susuzluğu giderir. Kabukları ishali keser. Ateşi düşürür. Çiçekleri göğsü yumuşatır ve öksürüğü giderir.”* **Kekik Lüks(Thymus sp) 1000 gr** adlı ürüne yönelik olarak, *“Bedeni kuvvetlendirir. Hazmı kolaylaştırır. İştahsızlığı giderir. Sinirleri kuvvetlendirir. Kalp çarpıntılarını keser. Yemeklerin bozulmasını önler. Bağırsak iltihabını iyileştirir. Salgı bezlerinin düzenli çalışmasını sağlar. İdrar söktürür. Aybaşı kanamalarının düzenli olmasını sağlar. Bağırsak solucanlarının düşürülmesine yardım eder. Böbreklerde ve mesanedeki mikropları öldürür. Cinsel isteği kamçılar. Tansiyonu geçici olarak yükseltir. Hastalıklara karşı direnme gücünü artırır. Çocuklarda görülen kansızlığı giderir. Kan dolaşımını düzenler. Müzmin öksürük, astım, bronşit ve iltihaplı zatülcenp'e faydalıdır. Grip, beyin nezlesi ve anjinde şikâyetlerin azalmasına yardımcıdır. Kekik suyu ile banyo romatizma ağrılarını dindirir. Kandaki şeker miktarını azaltır. Hamileler ve guatrı olanlar kullanmamalıdır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde 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, 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 **Berna DOĞAN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2015/1469**

**Şikayet Edilen: MKD Fonksiyonel Ürünler Gıda Medikal ve Kozmetik İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.scoreenerji.com](http://www.scoreenerji.com) adresli internet sitesinde ***“Score Ginseng”*** isimli ürüneyönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.scoreenerji.com](http://www.scoreenerji.com) adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde; **Score Ginseng** , *performansınız maksimum düzeye çıkarır. Uzun süreli performans sağlar, kısa süre içinde tekrar hazır duruma getirir. Her erkek ve kadının cinsel yaşamını daha aktif ve daha renkli yaşaması için formüle edilmiştir. Aynı zamanda erken boşalma ve sertleşme (geç ereksiyon) sorunlarında güvenle kullanabileceğiniz etkili bir destektir.”* 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 maddeleri;

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **MKD Fonksiyonel Ürünler Gıda Medikal ve Kozmetik İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2015/1518**

**Şikayet Edilen:** [**Bilge Eğitim Danışmanlık Denetim İletişim Organizasyon ve Sağlık Hizmetleri A.Ş.**](http://13424.tr.all.biz/contacts)

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.maranki.com](http://www.maranki.com) adresli internet sitesinin 10.12.2015 tarihli görünümünde;

**Maranki Dibek Kahve** adlı ürüne yönelik olarak, *“Kahvenin daha önce cilt kanserini azalttığı ve kalori yakımını hızlandırdığını ortaya çıkarılmıştı. Bu seferde bilim adamları sabahları içilen bir fincan kahvenin karaciğer kanseri riskini %14 oranında azalttığını belirtti. Araştırmalar kahvenin enflamasyona neden olan genleri baskıladığını açıkladı. Bu genler karaciğerde oldukça aktif bir rol oynamaktadır. Araştırmanın ilginç yönü ise hiçbir açıklama*

*getirilemese de kahvenin erkeklere faydası kadınlarda olduğundan daha fazla. Maranki Dibek Kahve sipariş Etmek için Linke Tıklayınız:* [*http://www.marankialisveris.com/Dibek-*](http://www.marankialisveris.com/Dibek-) *Kahvesi,PR-1289.html”* **Çoban Çantası** adlı ürüne yönelik olarak*, “ Tıpta Hangi Hastalıklarda Kullanılır. Kan dindirici, tansiyon düşürücü, rahim kanamalarında, mide ve bağırsak kanamalarında, burun kanamasında, basurlarda kullanılıyor. Çoban Çantası ve atkuyruğu bitkisini eşit olarak hazırlayacağı çayla 2 bardak içtiklerinde çayda böbrek kanamalarında avantaj sağlar. Çoban Çantası kan dolaşımını da düzenleye avantaj sağlayan 1 bitkidir. Düşük ve yüksek tansiyon içinde avantajlıdır. Çoban Çantası Bitkisine ulaşmak, Size bir telefon kadar yakındır: 0 212 533 01 22 internetten de sipariş verebilirsiniz, linki tıklayınız, kapınıza teslim edilsin: http://www.marankiasliveris.com/index.php?do=catalog&2fresults&q=Çoban+çantası”*

**Üzüm Çekirdeği *adlı*** ürüne yönelik olarak, *“ Üzüm çekirdeği sürekli bilgisayar başında olan kişilerin göz sağlığının korunmasında faydalıdır. DNA hasarını azaltarak kanser oluşum riskini minimale indirir. Kozmetik sanayinde merhem olarak kullanılır… Alabama Üniversitesi’nde beyin üzerindeki etkileri araştırılmış proteomics analizi yapıldığında beyin proteinlerini düzenlediği, beyin hastalıklarında kullanabilceği açıklanmıştır… üzüm Çekirdeği için* [*http://www.marankialisveris.com/index.php?do=catalog/results&q=%C3%9Cz%C3%BC*](http://www.marankialisveris.com/index.php?do=catalog/results&q=%C3%9Cz%C3%BC)**Yeşil Çay** adlı ürüne yönelik olarak, *“Yeşil Çayın ağız bölgesindeki kanser hücrelerini yok ettiği ve sağlıklı hücrelerin oluşmasına yardımcı olduğu bilimsel olarak ispat edildi. GREEN TEA ( YEŞİLÇAY KANSERİ ÖNLÜYOR!) Nereden alabilirsiniz:* [*www.marankialisveris.com*](http://www.marankialisveris.com)*.”* **Spirulina** adlı ürüne yönelik olarak, *“ Spirulina ve BioAstin ürünleri ve içerdikleri doğada nadir bulunan güçlü antioksidanlar, vitaminler, pigmentler gibi besin öğeleri, günümüzde yaşadığımız ve insan doğasına uygun olmayan yapay şehir yaşantısı sonucu vücudumuzda oluşan negatif etkilerden arınma (detoks/detox), temizlenme amacıyla ve DNA’nızı bünyenizi çok daha iyi koruma ve yaşam kalitenizi arttırmak amacıyla her bireyin kullanabileceği %100 doğal, bitkisel, güvenli olan gıda/besin destek ve takviye ürünleridir. Spirulina’ya ulaşmak için linki tıklayınız ve sipariş veriniz:* [*http://marankialisveris.com/index.php?do=catalog/results&1=spirulina*](http://marankialisveris.com/index.php?do=catalog/results&1=spirulina)*.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde 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, 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[**Bilge Eğitim Danışmanlık Denetim İletişim Organizasyon ve Sağlık Hizmetleri A.Ş.**](http://13424.tr.all.biz/contacts)hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2015/241**

**Şikayet Edilen: Hüseyin ALP**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.acilservis.pro](http://www.acilservis.pro) isimli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.acilservis.pro](http://www.ganodermamarket.tr.gg) adresli internet sitesinin 30.04.2015 tarihli görünümünde; *“****Nova Teatox Zayıflama Çayı:*** *Kilosunu korumak isteyenler için ideal bir zayıflama çayı olan Nova Teatox, günlük aldığınız besinlerin yağa dönüşümünü önler ve vücudunuzda detox etkisi yaratır. Nova Teatox Zayıflama Çayı ilk 10 günlük kullanımınızda sizi toksitlerden arındırır ve ödem attırır. İelrleyen kullanım sürecinde ise yağ yakımına başlar. Nova Teatox Zayıflama Çayı ile 5 kiloya kadar kilo verebileceğiniz söylenmektedir.”*

Anılan internet sitesinin 03.12.2015 tarihli görünümünde; *“****Sl zayıflama Hapı:*** *Metabolizmayı harekete geçirip ve düzenlemeye ve artan metabolizma hızı ile vücudunuzun sabit enerji tüketimini ve yağ yakma kapasitesini artırmaya, İdrar söktürmeye, bağırsak hareketlerini düzenleyerek vücutta biriken suyu boşaltmaya, Vücuda direnç sağlamaya… Artık kilolarınız başa bela mı olmaya başladı? Daha estetik görünmek benim de hakkım diyorsunuz? Ve normal hayatınıza devam ederek kilo mu vermek istiyorsunuz? Bütün bu sorunlarınızın ve sorularınızın çözümü firmamızın yurt dışından ithal ettiği, ilgili bakanlıklardan onayı olan doğal, sağlıklı SL30 ek gıda takviyesi kapsüllerinde.* [*SL30*](http://www.diyethapi.org/2009/11/sl30-food-supplement-ek-gida-takviyesi/) *ek gıda takviyesi kapsülleri sayesinde rahatça, zorlanmadan, sağlıklı bir şekilde fazla kilolarınızdan kurtulacaksınız, estetik bir görüneme sahip olacaksınız ve böylece daha mutlu bir hayatın kapılarını aralamış olacaksınız. Sorunsuz ve sağlıklı bir kilolarınıza veda etmek için SL30 ek gıda takviyesi kapsülleri sizin en büyük yardımcınız olacaktır.*” şeklinde endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünün insan fizyolojisine 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, 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 bu tanıtımların her koşulda mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, [www.acilservis.pro](http://www.ganodermamarket.tr.gg) adresli internet sitesinin 03.12.2015 tarihli görünümlerinde **“İlaçlar”** ve **“Tıbbi İlaçlar”** kategorisi başlığı altında; “***Prozac Kapsül:*** *içeriğin de bulunan etken madde Fluoksetin selektif serotonon geri alım ingibitörü olarak adlandırılan kimyasal gurubu içerisinde ki bir antidepresandır. Fluoksetin beyinde dengesiz hale getirerek kişi üzerinde depresyona ve endişe ile kaygıya sebep olan kimyasalların vücutta ki salınımlarını önleyici bir etki sergilemektedir. Fluoksetin içeren Prozac Kapsül depresyon, obsesif ve kompülsif bozuklukları olan kişiler üzerin de tedavi esnasın da doktorlar tarafından tercih edilir. Ayrıca bu tarz problemlerin dışın da bayanlar da adet öncesi görülen disforik yani sıkıntı, üzüntü ve öfke olarak görülen psikolojik sorunlarda da kullanılmaktadır…* ***Etol Fort 400 mg:*** *Ağrı kesici ve iltihaplı durumların yaşanabildiği sağlık sorunlarında en etkili ilaçlardan birisi olmaktadır Etodolak. Vücut üzerin de iltihabın oluşmasına neden olan durumların veya ağrıya sebep veren faktörlerin etkisini azaltma konusun da oldukça etkili olmaktadır. Bu özelliklerin dışında ayrıca ateş düşürücü bir özellik taşıyan etkisi de bulunmaktadır. Etodolak non – steroidal antienflamatuar grubu denilen bir ilaç grubu içerisinde yer almaktadır. İleri yaşlarda görülen iltihaplı eklem romatizmalarında, farklı sebeplere bağlı olarak yaşanan eklem kıkırdağında oluşan aşınmaya bağlı ağrı ve fonksiyon kayıplarına neden olan iltihaplarda doktorlar tarafından sıkça tercih edilmektedir. Ayrıca ankilozan spondilit denilen omurlar arasında eklemlerin sertleşmesi ile oluşan hareket kısıtlığında da etkili olan bir ilaçtır.* ***Buscopan:*** *Buscopan Plus Film Tablet olarak ticari ismini bildiğimiz bu ilacın etken maddesi Hiyosin-N-Butilbromur yani parasetamol’dür. Bu etken madde sindirim sistemi üzerinde çok etkili bir yapıya sahip olması ile bilinmektedir. Bunun yanı sıra bu maddeden dolayı insanlarda üreme ve boşaltım sistemlerinde yer alan düz kasların gevşemesinde çok önemli etkileri vardır. Kullanmak zorunda olduğum Buscopan plus film tabletin en önemli etkilerinden bir tanesi vücutta medyana gelebilecek olan spazmları önleyici bir etkiye sahip olmasıdır. Ayrıca pek çok insan tarafından tercih edilmekte olan bu ürün insanlar üzerinde ateş düşürücü ve ağrı kesici olarakta kullanılmakta olan önemli etkilere sahip olmasıyla tercih sebebi olarak görülmektedir”* Anılan internet sitesinin, 04.12.2015 tarihli görünümünde ana sayfada yer alan ***Supradyn*** tanıtımında; *“****Supradyn All Day Kullananlar:*** *… Supradyn All Day, bu anlamda uzun yıllardır büyük, küçük, kadın, erkek ve çocuk herkesin güvenini kazanan ve aile boyu rahatlıkla kullanabileceğiniz bir ilaçtır… Enerji vermez. Ancak enerji üretilmesine yardımcı olur. Kanser şüphesi olanlara tavsiye edilmez çünkü kanseri güçlendirir…”* 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, 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, bununla birlikte ilaçlar ve tıbbi ilaçlar kategorisinde muhtelif tıbbi ürünlerin görüntü ve endikasyon bilgilerine yer verilerek ve sağlık beyanları kullanılarak tanıtımının yapıldığı, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tüm bu reklâm ve tanıtımların;

- 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,

- 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 inci maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**43)**

**Dosya No: 2015/756**

**Şikayet Edilen:** **Hemen Sağlık Bilgi Tek. Ve Hiz. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** shop.hemensaglik.com isimli internet sitesinde yer alan muhtelif gıda ürünlerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.shop.hemensaglik.com adresli internet sitenizin 24.12.2015 tarihli görünümünde; ***“Esansiyel - Günlük – Frankincense:*** *“Nefesi derinleştirir,  bronşları  açar, astımı çözer. Artrit, kas ve eklem ağrılarını,  ülseri tedavi eder.**Zihinsel ve duygusal sakinleştirici ve dengeleyici olarak karışıklık içindeki zihne tutarlılık  ve düzen  sağlar. Kendini güvende  hissetmeme,  kendini  eleştirme,  şüphecilik ve takıntılı olma hallerine  fayda sağlar. Yorgunluğun giderilmesinde, cildin kendini yenilemesinde ve yara izlerinin kapatılmasında  yeni hücrelerin oluşmasında  yardımcı olur.* ***Esansiyel - Gül - Rose Blossoms, ab:*** *Dolaşım sistemi, hazımsızlık, ödem, selülit, obezite, kabızlık, kas ve eklem ağrısı, romatizma ve artrit, gut ve kist, depresyon, anksiyete, stres, hafıza kaybı, akne ve egzama ile hücre temizleme  uygulamalarında  kullanılır. Zindelik, dinçlik, irade gücü sağlar.  Difüzyon yoluyla kullanıldığında pozitif ortam sağlar.* ***Com Fuga 60 Kapsül:*** *Black cohoshun menopozun erken dönem bulgularının azaltılmasında, dismenore (ağrılı adet) ve PMS (adet öncesi sendromu) yakınmalarının azaltılmasında fayda sağladığı bildirilmiştir. Black Cohosh üzerine son dönemde yapılan araştırmalar, bitkinin östrojene benzer etkilerinin yanısıra, antienflamatuar ve antihipertansif etkinlik gösteren maddeler içerdiğini ortaya koymuştur. Bu bitki ekstresi menopoz semptomlarına karşı çeşitli çalışmalarda kullanılmış ve bu semptomların giderilmesinde de yardımcı olduğu bildirilmiştir…”* ifadelerine,

Diğer taraftan, söz konusu sitenin aynı tarihli görünümünde; ***“Ducray Kelual DS Şampuan:*** *Kelual DS şampuan bileşiminde tedavi edici ve yatıştırıcı etken maddeler vardır. Bu moleküllerin sinerjik etkisi sayesinde kaşıntılı pullanmalara etkin çözüm getirir.* ***Bitki Derman Saç Derisini Yenileyen Bitki Losyonu:*** *Pelinty’s BitkiDerman Saç Bakım Seti içerisindeki tüm ürünler kür kapsamında düzenli olarak kullanıldığında ilk 5 hafta içerisinde saç tellerinde kalınlaşma ve güçlenme, saç dökülmelerinde azalma görülür. Minimum 3 ay süre sonunda ise saçsız bölgede ince tüylerin oluşumuna, uygulamaya devam edildiğinde yeni çıkan tüylerin kalınlaşıp sağlıklı saç tellerine dönüşmesine yardımcı olur…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesindeyukarıda belirtilen ifadeler kullanılarak ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ilgili ürünlerin insan fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, bununla birlikte sitede yer alan kozmetik ürünlerinin tanıtımında kullanılan ifadelerde 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 ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Tüm bu hususların;

- 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,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4, 10 uncu maddeleri,

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

- 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 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin5/b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 9/1, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**44)**

**Dosya No: 2015/735**

**Şikayet Edilen: Sepetim Sanal Pazarlama ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**  [www.nicofreshsprey.net](http://www.nicofreshsprey.net) adlı internet sitesinde yer alan ***“Nicofresh Karanfilli Ağız Spreyi”*** adlı ürününe yönelik olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.nicofreshsprey.net](http://www.nicofreshsprey.net) adresli internet sitesinin 31.03.2015 ve 18.06.2015 tarihli görünümünde, **“Nicofresh”** adlı ürüne yönelik olarak; *“****Karanfilli Sigara Bıraktırıcı Sprey Nicofresh*** *sigara isteğini 3 günde %89 oranında azaltır. %100 Doğal… Sigaradan tiksindirir. Sigaraya dokunmak bile istemeyeceksiniz. Ağız kokusunu giderir.* ***Diş çürümesini engeller.*** *Dişlerde bakteri ve çürük oluşumunu engeller. Dişleri beyazlatır. Uğur Arslan teste ettirdi sigara illetinden kurtulun dedi. Sağlığınız için geç kalmayın. Sigara bırakmaya yardımcı* ***%100 doğal karanfilli sprey! Karanfil spreyi tamamen ve %100 bitki özlerinden meydana gelen doğal bir akciğer temizleyici ve solunum yollarını düzenleyerek bu sistemi geliştirmeye yardımcı yepyeni bir formül. Sigaradan başınıza gelen ya da gelebilecek bazı hastalıkların daha hızlı iyileşmesine ya da bu hastalıkların oluşmasını engelleyerek daha sağlıklı olmanıza katkı sağlar.*** *Bu spreyi kullanmaya başlar başlamaz etkisini hissedeceksiniz. Sigarayı bırakmak artık çok kolay Sağlıklı bir hayata adım atmak için ekranların sevilen yüzü Uğur Arslan’ın önerdiği NicoFresh sigara bıraktırıcı sprey kullanın.* ***NicoFresh hastalık risklerini %80 azaltıyor. Sigara kullanmasanız bile pasif etkisi astım bronşit ve kanser riskini %60 varan oranlarda arttırdğı gerçek… Bu etkileri geri çevirmek elinizde…*** *NicoFresh bulunmaz bir fırsat… Araştırmalarda karanfil çayının sigara içerisinde bağımlılığa neden olan nikotin maddesinin kotinin’e dönüşümünü hızlandırarak vücuttan çabuk atılmasını sağladığı tespit edilmiş. İlk kullanımdan itibaren 3 günde sigara isteğini %89 oranda azaltır. Ağız kokularına %98 etkilidir. Sigaranın kötü etkilerini %78 oranda temizler.* ***Karanfil hakkında yapılan klinik çalışmalar sonucu karanfil yağının güçlü antioksidan olduğu, karanfilinin vücudu nikotinin zararlarına karşı koruduğu, akciğeri koruduğu, kalp krizi riskini azalttığı, bağışıklığı düzenleyici destekleyici olduğu ve diş ağrısına iyi geldiği tespit edilmiştir.”*** Şeklinde ifadeler kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde yukarıda belirtilen ifadeler kullanılarak **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle **tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu** izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda 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 söz konusu tüm bu reklâm ve 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 inci 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 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**45)**

**Dosya No: 2015/738**

**Şikayet Edilen: Ayhan Efe ESMER**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instadiet.com.tr adlı internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instadiet.com.tr adresli internet sitesinin 23.06.2015 tarihli görünümünde; “*Ünlülüler instadiet summer shake ile zayıflıyor.Türkiye’nin sosyal zayıflama* *trendi…Chloe Loughnan: Çaylarımızı içelim formumuzu koruyalım…Demet Akalın: diet çaya* *devam…Özge Ulusoy: Spora gidemediğimde bana büyük destek… 2014’ün en popüler diyeti* *alkali ve detoksu yaz paketi ile karşınızda!... Ünlüler İnstadiet ile zayıflamaya devam ediyor… Nur* *Bozar:Antioksidan özelliğiyle detoksa yardımcı olan alkali suyum… Kullanan herkes memnun* *herkes tavsiye ediyor… Amerikalı diyetisyenin mucize kombinasyonu! Jenna Henris, Martha Fox* *ve Angel McLilly gibi fenomenler arasında sır gibi saklanan zayıflama yöntemi aslında bir* *üründen ibaretmiş. İşin ilginç yanı ise bu sırrı keşfedenin bir Türk takipçi olması… alkali su* *vücudun alkali seviyesini yükseltir ve bu doğrultuda yağ yakımını hızlandırmaya yardımcı olur.* *Son yılların en çok yapılan diyeti: Alkali diyeti… Uzmanlar şimdiye kadar olan diyet* *önerilerindeki eksik kalan parçanın vücudun asit-alkali dengesinin daima korunması gerekliliği* *olduğunu söylüyor. Alkali Su ile maksimum faydayı sağlayabilmek için günde ortalama 5 bardak* *yüksek pH lı su içmeniz önerilir. Prof. Dr. Ahmet Maranki ve Diyetisyen Dr. Ayşegül Çoruhlu* *benzersiz etkisi olan Alkali Su’yu öneriyor. Benzersiz etkisi var çünkü tamamen doğal… Alkali* *suyun amacı vücudun asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel zihinsel ve* *emosyonel performansı arttırmaktır. Kişinin kilo kontrolünü sağlamak ve uzun süreli sağlık halini* *korumaya yardımcı olmaktır. Metabolizma hızlandırıcı ve yağ yakıcı özellikleriyle ile detox* *Çayları… Detoks çayı vücudu temizlerken içindekilerin metazbolizma hızlandırıcı ve yağ yakıcı* *özellikleri nedeniyle zayıflamaya da yardımcıdır. Toksinlerin artık vücudunuzda yeri yok.. İnsta* *Diet hızlıca forma girmenizi sağlayan bütün bir settir. İnsta Diet setinde Alkali su ve Detoks çayı* *bulunuyor. Bu iki farklı ürün piyasadaki muadilleri arasından denenerek seçildi ve uzmanlarımız* *tarafından en etkilileri olarak gösterildi. İnsta diet setinde sabah öğle ve akşam olarak* *kullanacağınız farklı ürünleri bulacaksınız. Artık yüzlerce değişik ürün kullanarak sağlığınıza ve* *cebinize zarar vermeyeceksiniz. Gece ve gündüz detoks çayları hem vücudunuzu toksinlerden* *arındırıyor hem de size keyifli anlar yaşatıyor. İnsta Diet ile yağlarınız yakın ve sağlığınıza geri kavuşun… Sağlıklı kalmak için periyodik olarak uygulanacak detoks işlemi vücudu toksinlerin negatif etkilerinden kurtarır. Kendimizi daha enerjik ve mutlu hissederiz. Basen ve göbek bölgesinde büyük etki…İnsta diet basen ve göbek bölgesini zayıflatmayı hedefliyor. Kullanıcıların çektiği fotoğraflar kıyaslandığında ekstra bir efor sarf etmeden sadece düzenli kullanımda bu bölgedeki aşırı farklılıklar kesinlikle dikkate değer. İnsta diet gündüz çayı her sabah 1 adet aç karnına içilmesi tavsiye edilir. Metabolizmayı hızlandırır ve vücuttaki toksinlerin atılmasını sağlar. İnsta diet gece çayı her akşam yatmadan önce 1 adet içilmesi tavsiye edilir. Hazımsızlığı yok ediyor. Zayıflamayı hızlandırıyor. CBS News: Sağlığınız sizin tek gerçek sahip olduğunuz şey… Bugünlerde tüketilen zararlı maddelerin vücuda etkisini azaltan İnsta Diet birçok diyetisyen tarafında tavsiye ediliyor. MSNBC: Hayatın kaynağı olan su aynı zamanda zayıflamanıza da yardımcı oluyor. Her gün tükettiğiniz suyu alkali hale getirmek çok kolay. Zayıfladılar paylaştılar gerçek kullanıcı yorumları ve fotoğrafları…”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan sitelerde, yukarıda belirtilen **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle **tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu** izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda 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 ürünlerin reklam ve tanıtımında **yasak olmasına karşın** sağlık mensuplarının tavsiyelerine; **“Prof. Dr. Ahmet Maranki öneriyor”** ve ***“Diyetisyenlerin mucize kombinasyonu”*** demek suretiyle yer verildiği görülmektedir. Dolayısıylaher 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 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**46)**

**Dosya No: 2015/1115**

**Şikayet Edilen: Yusuf ŞAHİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instadiet.kadin.info isimli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instadiet.kadin.info adresli internet sitesinin 23.06.2015 tarihli görünümünde; *“Amerika’da bir diyetisyenin yıllarca süren çalışmaları sonucunda zayıflamak isteyenlere mucize düzeyde etki eden bir set bulundu. Amerikalı bu diyetisyen bu ürünü piyasaya sürmeden bir çok ünlünün bu formülle zayıfladığı ortaya çıktı. Jena Henris, Martha Foxx ve Angel McGilly gibi fenomenler arasında sır gibi saklanan zayıflama yöntemi aslında bir üründen ibaretmiş. Aylardır instagramda Amerikalı birkaç fenomenin sır dolu konuşmaları takipçilerinin ilgisini çekiyordu. Bu sır dolu konuşmalarının ana teması hızlıca verdikleri kilolardı. Son yılların en çok yapılan diyeti “İnstaDiet”… İnstaDiet Hızlıca forma girmenizi sağlayan bütün bir settir. Bu sette Alkali Su ve Detoks Çayı bulunuyor. Bu iki farklı ürün muadilleri arasından denerek seçildi ve uzmanlarımız tarafında en etkilileri olarak gösterildi. İnstaDiet setinde sabah, öğle ve akşam olarak kullanacağınız farklı ürünleri bulacaksınız. Ayrıca bu sete uygun bir diyet programı ile hem sağlıklı hem de hızlı zayıflamaya başlayacaksınız. Artık yüzlerce değişik ürün kullanarak sağlığınıza ve cebinize zarar vermeyeceksiniz. Gece ve gündüz detoks çayları hem vücudunuzu toksinlerden arındırıyor hem de size keyifli anlar yaşatıyor. Sindirimi kolaylaştırıyor, yağ yakışını hızlandırıyor. 45 günde 13 kilo insta diet ile zayıflamanın mutluluğu… Yıllar süren çabalarımın karşılığını aldım. Uyguladığım diyet programları aşırı kısıtlamalar içeriyordu. Çok ürün denedim ve sonunda İnsta Diet satın aldım. 1.5 aylık program sonnda 13 kilo verdim. Social Wight Loss programına katıldım ve kazandım. İnsta Diet setinin kullanırken ilk farkettiğim şey dinç hissetmemdi. 2 ayda 18 kilo vererek zayıflama rekoru kırdım. Eskiden yaparken yorulduğum şeyleri rahatlıkla yapmaya başladım. İnsta Diet göbek ve basen bölgesini zayıflatmayı hedefliyor. Basen ve göbek bölgesinde büyük etki… İnsta diet basen ve göbek bölgesini zayıflatmayı hedefliyor. Kullanıcıların çektiği fotoğraflar kıyaslandığında ekstra bir efor sarf etmeden sadece düzenli kullanımda bu bölgedeki aşırı farklılıklar kesinlikle dikkate değer. İnsta diet gündüz çayı her sabah 1 adet aç karnına içilmesi tavsiye edilir. Metabolizmayı hızlandırır ve vücuttaki toksinlerin atılmasını sağlar. İnsta diet gece çayı her akşam yatmadan önce 1 adet içilmesi tavsiye edilir. Hazımsızlığı yok ediyor. Zayıflamayı hızlandırıyor. CBS News: Sağlığınız sizin tek gerçek sahip olduğunuz şey… Bugünlerde tüketilen zararlı maddelerin vücuda etkisini azaltan İnsta Diet birçok diyetisyen tarafında tavsiye ediliyor. MSNBC: Hayatın kaynağı olan su aynı zamanda zayıflamanıza da yardımcı oluyor. Her gün tükettiğiniz suyu alkali hale getirmek çok kolay. Zayıfladılar paylaştılar gerçek kullanıcı yorumları ve fotoğrafları…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan sitelerde, yukarıda belirtilen **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle **tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu** izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda 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 ürünlerin reklam ve tanıtımında **yasak olmasına karşın** sağlık mensuplarının tavsiyelerine yer verildiği görülmektedir. Dolayısıylaher 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 inci maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TURİZM**

**47)**

**Dosya No: 2015/1503**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** **“*Evden Havalimanına 14,90 TL, Yok Artık!”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak [www.anadolujet.com](http://www.anadolujet.com) adresli internet sitesinde ve muhtelif radyo kanallarında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2015, 27.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, radyo

**Tespitler:** Türk Hava Yolları A.O.tarafından**“*Evden Havalimanına 14,90 TL, Yok Artık!”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak [www.anadolujet.com](http://www.anadolujet.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“AnadoluJet’ten “Yok Artık” Dedirten Kampanya!******AnadoluJet yolcuları, İstanbul ve Ankara’da evden havalimanına, havalimanından eve özel araç konforuyla gidiyor! AnadoluJet’le havada yaşadığınız konforu Secure Drive ile karada da yaşamaya devam edin! AnadoluJet yolcuları 12 Ekim 2015 tarihinden itibaren, Ankara ve İstanbul’da havalimanı transfer hizmetinden sadece 14,90 TL’ye yararlanıyorlar! Üstelik istediği adresten alınıp, istediği adrese bırakılma avantajıyla!”*** ifadelerine ve *“Kampanya Koşulları”* başlığı altında, ***“Transfer hizmeti, Esenboğa Havalimanı için Ankara’da istediğiniz nokta için ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı için Pendik – Akfırat ile Atatürk Havalimanı arasında kalan bölge için geçerlidir; transfer hizmeti rezervasyonu esnasında adresinizin hizmet alanında olup olmadığına dair detaylı bilgiyi Secure Drive rezervasyon görevlisine danışabilirsiniz.”*** ifadelerine; söz konusu kampanyanın tanıtımına yönelik olarak muhtelif radyo kanallarında yayınlanan reklamlarda ise, ***“Yok Artık! AnadoluJet yolcuları, İstanbul ve Ankara’da evden havalimanına, havalimanından eve özel araç konforuyla gidiyor. AnadoluJet’in bu inanılmaz hizmeti sadece 14,90 TL.”*** ifadelerine yer verildiği, ancak kampanyaya ilişkin ayrıntılı bilgilerin yer aldığı internet sitesine veya müşteri hizmetleri numaralarına söz konusu radyo reklamında yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Türk Hava Yolları A.O. tarafından**“*Evden Havalimanına 14,90 TL, Yok Artık!”*** başlıklı kampanyanın tanıtımına yönelik olarak [www.anadolujet.com](http://www.anadolujet.com) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“AnadoluJet’ten “Yok Artık” Dedirten Kampanya!******AnadoluJet yolcuları, İstanbul ve Ankara’da evden havalimanına, havalimanından eve özel araç konforuyla gidiyor! AnadoluJet’le havada yaşadığınız konforu Secure Drive ile karada da yaşamaya devam edin! AnadoluJet yolcuları 12 Ekim 2015 tarihinden itibaren, Ankara ve İstanbul’da havalimanı transfer hizmetinden sadece 14,90 TL’ye yararlanıyorlar! Üstelik istediği adresten alınıp, istediği adrese bırakılma avantajıyla!”*** ifadelerine yer verilerek tüketicilerin herhangi bir adres sınırlaması olmaksızın söz konusu hizmetten yararlanabilecekleri algısı yaratıldığı, ancak gerçekte firma tarafından yalnızca belirli bölgelerde havalimanı transfer hizmeti verilebildiği ve bu hususa reklamda, *“Kampanya Koşulları”* başlığı altında, ***“Transfer hizmeti, Esenboğa Havalimanı için Ankara’da istediğiniz nokta için ve İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı için Pendik – Akfırat ile Atatürk Havalimanı arasında kalan bölge için geçerlidir; transfer hizmeti rezervasyonu esnasında adresinizin hizmet alanında olup olmadığına dair detaylı bilgiyi Secure Drive rezervasyon görevlisine danışabilirsiniz.”*** şeklinde yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklamda tanıtımı yapılan hizmetin niteliklerine ilişkin olarak birbiriyle çelişen ve gerçeği yansıtmayan ifadelere yer verilmek suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Diğer taraftan, söz konusu kampanyanın tanıtımına yönelik olarak muhtelif radyo kanallarında yayınlanan reklamlarda, ***“Yok Artık! AnadoluJet yolcuları, İstanbul ve Ankara’da evden havalimanına, havalimanından eve özel araç konforuyla gidiyor. AnadoluJet’in bu inanılmaz hizmeti sadece 14,90 TL.”*** ifadelerine yer verilmesine karşın, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyebilecek nitelikteki ayrıntılı bilgilerin yer aldığı internet sitesine veya müşteri hizmetleri numaralarına yer verilmeyerek tüketicilerin kampanyanın şartlarına ilişkin olarak eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı ve bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 18 inci maddesinin, ***“Reklamlarda, tüketicinin satın alma kararını etkileyecek nitelikteki bilgilerin ortalama tüketicinin algılayabileceği sürede ve biçimde iletilmesi zorunludur. (…) Radyo reklamları, cep telefonlarına gönderilen kısa mesajlar, bant reklam gibi niteliği gereği alt yazı veya dipnota yer verilmesi mümkün olmayan reklamlarda, ana vaadin eksiksiz bir şekilde verilmesi koşuluyla, tüketicilerin ayrıntılı bilgi alabileceği müşteri hizmetleri numaralarına veya internet sitesine yönlendirme yapılması yeterlidir.(…)”*** hükmüne aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**48)**

**Dosya No: 2015/1280**

**Şikayet Edilen: Kaptan Otelcilik Tur. ve Tic. A.Ş. (Hotel Grand Kaptan)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hotel Grand Kaptan****”* isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.kaptanhotels.com](http://www.kaptanhotels.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.booking.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kaptan Otelcilik Tur. ve Tic. A.Ş.’yeait *“Hotel Grand Kaptan”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.kaptanhotels.com](http://www.kaptanhotels.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.booking.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Hotel Grand Kaptan”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.kaptanhotels.com](http://www.kaptanhotels.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.booking.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

**49)**

**Dosya No: 2015/1551**

**Şikayet Edilen: Ünaten İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Ünaten Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Ünaten Hotel”***isimli tesisin tanıtımına ilişkin olarak [www.otelrehberim.com](http://www.otelrehberim.com), [www.gaziemir.com.tr](http://www.gaziemir.com.tr) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet siteleri ile tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.06.2015, 28.12.2015

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

**Tespitler:** Ünaten İnş. Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait *“Ünaten Hotel”* isimli tesisin 2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından iptal edilmiş olmasına karşın, [www.otelrehberim.com](http://www.otelrehberim.com), [www.gaziemir.com.tr](http://www.gaziemir.com.tr) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde *“2 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Ünaten Hotel”***isimli tesisin 2 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından iptal edilmiş olmasına karşın, [www.otelrehberim.com](http://www.otelrehberim.com), [www.gaziemir.com.tr](http://www.gaziemir.com.tr) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabela, broşür ve diğer basılı materyallerde ***“2 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

**50)**

**Dosya No: 2015/1663**

**Şikayet Edilen:** **Ahmet KARGI (Gülistan Resort Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hotelgulistan.com](file:///D:\Users\13861196454\Desktop\www.hotelgulistan.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28/10/2015, 6/1/2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu tesisin[www.hotelgulistan.com](file:///D:\Users\20228359674\Desktop\www.hotelgulistan.com) adresli internet sitesinde “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından herhangi bir "Turizm İşletmesi Belgesi" ile belgelendirilmemiş bir tesis olmasına rağmen [www.hotelgulistan.com](file:///D:\Users\13861196454\Desktop\www.hotelgulistan.com) adresli internet sitesinin 28/10/2015 ve 6/1/2016 tarihli görünümlerinde “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığının tespit edildiği, bu durumun da;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ahmet KARGI (Gülistan Resort Hotel)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2015/1664**

**Şikayet Edilen:** **Tunç Turizm ve Otelcilik Ltd. Şti. (Hotel Beyrut)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tesis tabelasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Söz konusu tesisintabelasında “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından herhangi bir "Turizm İşletmesi Belgesi" ile belgelendirilmemiş bir tesis olmasına rağmen tesis tabelasında “3 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığının tespit edildiği, bu durumun da;

-Turizmi Teşvik Kanununun 5/a maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tunç Turizm ve Otelcilik Ltd. Şti. (Hotel Beyrut)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2015/1088**

**Şikayet Edilen: Limak Lara De Luxe Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.booking.com](http://www.booking.com), limakhotels.com, [www.anitur.com.tr](http://www.anitur.com.tr) ve [www.tatilsepeti.com](http://www.tatilsepeti.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** hazine adına tescilli olduğu Bakanlıkça tespit edilmiş alanda yer alan çeşitli ünitelerin tesisin tanıtımında kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Limak Lara De Luxe Hotel”* isimli turizm işletmesinin, belge kapasitesinden çıkarılan, tesisin yer aldığı parsel sınırları dışında ve hazine adına tescilli alanda yer alan iki adet açık yüzme havuzu, iki adet kaydıraklı havuz, amfi tiyatro, snack bar, tenis kortu, sahil bar, su sporları ünitesi, mini kulüp, yeşil alan - yürüyüş yolu gibi ünitelerin [www.booking.com](http://www.booking.com), limakhotels.com, [www.anitur.com.tr](http://www.anitur.com.tr) ve [www.tatilsepeti.com](http://www.tatilsepeti.com) adresli internet sitelerinde, tesisin tanıtımında ve pazarlanmasında kullanıldığı, bu durumun tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla;

-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, 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 **Limak Lara De Luxe Hotel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2015/1429**

**Şikayet Edilen: Eyyüp YİĞİT (Green Gold Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** club-green-gold-hotel.kusadasi-hotel.com ve [www.greengoldhotel.com](http://www.greengoldhotel.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait kartvizitlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.11.2015, 04.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, kartvizit

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Green Gold Hotel”* isimli tesisin club-green-gold-hotel.kusadasi-hotel.com ve [www.greengoldhotel.com](http://www.greengoldhotel.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait kartvizitlerde 4 Yıldızlı Otel olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** *“Green Gold Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, club-green-gold-hotel.kusadasi-hotel.com adresli internet sitesinde ve tesise ait kartvizitlerde “*4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı; [www.greengoldhotel.com](http://www.greengoldhotel.com) adresli internet sitesinin 04.09.2015 tarihli görünümünde, tesis isminin altında *“●●●●”* şeklinde işaretlere yer verilmesi suretiyle anılan tesisin *“4 Yıldızlı”* olduğu algısının oluşturulduğu; tüm bu durumların tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-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, 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 **Eyyüp YİĞİT (Green Gold Hotel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2015/1548**

**Şikayet Edilen: The Prime Garden Hotel**

**Şikayet Edilen Reklam:** theprimegarden.com ve theprimegarden.net adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“The Prime Garden Hotel”* isimli tesisin theprimegarden.com ve theprimegarden.net adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada 5 Yıldızlı Otel olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” ile belgelendirilmiş “The Prime Garden Hotel” isimli tesisin, theprimegarden.com ve theprimegarden.net adresli internet siteleri ile 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, 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 **The Prime Garden Hotel** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2015/1519**

**Şikayet Edilen: Altuncu Gayr. Yat. Ltd. Şti. (Ali Altuncu Armutlu Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.altuncutermal.com](http://www.altuncutermal.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Ali Altuncu Armutlu Otel”* isimli tesisin [www.altuncutermal.com](http://www.altuncutermal.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada “Termal Tesis” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi” ile belgelendirilmiş *“Ali Altuncu Armutlu Otel”* isimli tesisin [www.altuncutermal.com](http://www.altuncutermal.com), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada, belgedeki esas türü dışında *“Termal Tesis”* 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 ve 29 uncu maddeleri,

-Kaplıcalar Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ve “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 **Altuncu Gayr. Yat. Ltd. Şti. (Ali Altuncu Armutlu Otel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2015/1339**

**Şikayet Edilen: Erbe Tur. İşl. Teks. San. ve Tic. A.Ş. (Otel Cesars Resort)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Otel Cesars Resort”* isimli tesisin [www.anitur.com.tr](http://www.anitur.com.tr) ve[www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde “Butik Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** “Otel Cesars Resort” isimli turizm işletmesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.anitur.com.tr](http://www.anitur.com.tr) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinin 12/10/2015 tarihli görünümlerinde “Cesars Bodrum Suite & Butik Hotel” şeklinde, “Butik Otel” olarak tanıtımının 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, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ve “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 **Erbe Tur. İşl. Teks. San. ve Tic. A.Ş. (Otel Cesars Resort)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**57)**

**Dosya No: 2015/1758**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.sahibinden.com/ilan/yedek-parca-aksesuar-donanim-tuning-yedek-parca-otomobil-arazi-araci-megane-hb-bagaj-kapagi-ber-ke-oto-cikma-parca-49225670/detay> linkinin 08.01.2016 tarihli görünümünde; *“****10TL.****..BER-KE OTOMOTİV…RENAULT-DACİA ÇIKMA MARKET…TÜM RENAULT-DACİA MARKA VE MODEL ÇIKMA VE SÖKME PARÇALARI MEVCUTTUR…MEGANE HB BAGAJ KAPAĞI VE DİĞER ORJİNAL ÇIKMA PARÇALARI MEVCUTTUR…İSTENİLEN PARÇALAR ANLAŞMALI KARGO İLE ADRESİNİZE GÖNDERİLİR…DETAYLI BİLGİ İÇİN TELEFON NUMARALARIMIZDAN ULAŞABİLİRSİNİZ…****FİYATLARIMIZ TEMSİLİDİR”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından sunulan açıklamalar ve anılan firmanın yer sağlayıcı olarak mevzuatsal sorumluluğunu yerine getirdiği göz önüne alınarak, şikayete konu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2015/1605**

**Şikayet Edilen:** **Patent Danışmanlık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.seripatent.com.tr](http://www.seripatent.com.tr) adresli internet sitesi ile Google sponsor reklamları aracılığıyla ***“Marka tescili 119 TL”***ve ***“HARÇ 225 TL”*** şeklinde yapılan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Google sponsor reklamları aracılığıyla "Marka tescili 119 TL" ve "HARÇ 225 TL" şeklinde ifadelere yer verildiği, [www.seripatent.com](http://www.seripatent.com) adresli internet sitesinde de "Marka tescili 119 TL" ifadesi ile marka tescil ücreti hesaplama yöntemine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Marka başvurusunun tescil ettirilmek istenilen sınıf sayısı artmasına paralel olarak anılan firma tarafından alınan hizmet bedelinin artmasının ticari hayatın olağan akışına uygun olduğu değerlendirilmekle beraber; aşağıda yer verilen hususlarda aykırılık olduğu değerlendirilmiştir. Şöyle ki;

Türk Patent Enstitüsü tarafından belirlenen ücretlere göre online (çevrimiçi) başvuruda alınacak harç bedelinin 180 TL olduğu (2015 yılı için), ilave her sınıf için +180 TL alınacağı; elden yapılacak başvurularda ise alınacak harç bedelinin 255 TL olduğu ve ilave her sınıf için +255 TL alınacağı belirlenmiştir.

Diğer taraftan TPE’nin internet sitesinde; *“1 Temmuz 2015 tarihinden sonra,*

* *Ulusal Marka Başvurusu,*
* *Patent, Faydalı Model, PCT Ulusal Aşama, Avrupa Patenti Ulusal Aşama Başvuruları,*
* *Ulusal Tasarım Başvurusu*

*işlemleri sadece elektronik/mobil imza kullanılarak veya ÇES (Online) üzerinden TC Kimlik/Vergi Numarası ile giriş yapılmak suretiyle düzenlenen rezervasyonlu başvuru formlarının Enstitüye sunulması yoluyla yapılabilecektir. Bu açıdan, 1 Temmuz 2015 tarihinden itibaren Enstitümüz resmi internet sitesi üzerinde yer alan*

* *Marka Başvuru Formu (M101),*
* *Patent Başvuru Formları (P-01, P-02, P-03, P-04, P-05),*
* *Tasarım Başvuru Formu (T101)*

*yayından kaldırılacak olup, belirtilen tarihten sonra bu formlar doldurulmak suretiyle yapılacak başvurular kabul edilmeyecektir.”* şeklinde açıklamalara yer verilerek başvuruların artık sadece online olarak yapılabileceği ifade edilmiştir.

Nitekim [www.seripatent.com.tr](http://www.seripatent.com.tr) adresli internet sitesinin 24.12.2015 tarihli görünümünde; anılan firmanın, çevrim içi (online) başvuru yapmasına rağmen yani 180 TL başvuru harcı ödemesine rağmen müşterilere fiziki başvuru ücreti olan 255 TL’nin yansıtıldığı dolayısıyla tek sınıflı başvurularda 75 TL fazla ücret tahsil edildiği, müşterilere fiziki olarak(elden) başvuru yapıldığının beyan edildiği ancak ilave sınıf için +180 TL harç bedeli yansıtılması suretiyle anılan firma tarafından aslında online başvuruların yapıldığı; bu durumun her ne kadar hatalı bir hesaplama sonucu oluştuğu iddia edilse de anılan durumun tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 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 **Patent Danışmanlık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2015/676**

**Şikayet Edilen:** **Üçgün Koza San. ve Tic. Ltd. Şti. (Koza Mobilya – Ayvalık İstikbal Mağazası)**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Bu fırsatları kaçırmayın!... Böyle indirim 50 yılda bir olur!”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler: *“Bu fırsatları kaçırmayın!...Böyle indirim 50 yılda bir olur!”*** başlıklı broşürde; *“Elegant yemek odası 4430 TL değil 2215 TL…Royal yemek odası 3352 TL değil 1676 TL…Almira yatak odası 4640 TL değil 2320 TL…”* şeklinde tüketicilere sunulan ürünlerin öncesi ve sonrası fiyatlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından Bakanlığımıza gönderilen 2012 ve 2015 tarihli broşürlerin incelenmesi sonucunda broşürlere konu ürünlerin sezon öncesi ürünler olduğu,

Stok konusuyla ilgili olarak yapılan açıklamalarda da çevre bayilerden ihtiyaç duyulan ürünlerin temin edilme imkanı olduğundan bu sınırın belirtilmediği,

Ne var ki; ***“Bu fırsatları kaçırmayın!...Böyle indirim 50 yılda bir olur!”*** başlıklı broşürde; tüketicilere sunulan ürünlerin öncesi ve sonrası fiyatlarına yer verildiği, ve fakat yer verilen ürün gruplarının fiyatları ile 2012 broşüründe yer alan aynı ürün gruplarının fiyatlar karşılaştırıldığında hiçbir fiyatın birbiriyle tutmadığı

Diğer taraftan, “***Bu fırsatları kaçırmayın!...Böyle indirim 50 yılda bir olur!”*** başlıklı broşürde yer verilen ilk fiyatlardan anılan ürün gruplarının hiç satılmadığı, bunu ispatlayan herhangi bir fatura örneğinin de Bakanlığımıza sunulmadığı; dolayısıyla bu fiyatların neye dayanarak yazıldığının tespit edilemediği, buna rağmen ilk fiyat üzerinden çok fazla indirim yapılmış gibi gösterilerek anılan ürünlerin düşük fiyatlara ellerinden çıkarıldığı algısının yaratılarak tüketicilerin yanıltıldığı ve diğer benzer firmalar açısından haksız rekabete neden olunduğu değerlendirilmiş olup; bahsi geçen tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14, 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 **Üçgün Koza San. ve Tic. Ltd. Şti. (Koza Mobilya – Ayvalık İstikbal Mağazası)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2015/1397**

**Şikayet Edilen: Şok Marketler Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından gazetelere verilen ilanlar ile firmaya ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete, Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait kataloglarda ve firma tarafından gazetelerde verilen ilanlarda yer alan tanıtımların dipnotlarında, “*Ürünlerimiz stoklarla sınırlıdır*” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şok Marketler Tic. A.Ş.’ye ait broşürlerde yer alan tanıtımlarda, ürünlerin stoklarla sınırlı olduğu bilgisinin dipnotlarda belirtildiği tespit edilmiş olup, her bir ürüne ilişkin stok bilgisine broşürlerde yer verilmesinin mümkün olmadığı değerlendirilmiştir. Dolayısıyla Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle ilgili reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir

**61)**

**Dosya No: 2015/1398**

**Şikayet Edilen: Mynet Medya Yayıncılık Uluslararası Elektronik Bilgilendirme ve Haberleşme Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait Facebook sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmanıza ait facebook sayfası üzerinden gerçekleştirilen ([www.facebook.com/mynetcanakokey](http://www.facebook.com/mynetcanakokey)) “*Mynet Çanak Okey”* isimli oyun hizmetine ilişkin tanıtımlarda; “*Çanak Okey Plus*” plakalı eski model bir aracın içinde, aracın hareket edememesinden dolayı sinirlenen bir erkek ve bu aracı arkadan iten bir kadın görüntüsüne yer verildiği, söz konusu görüntüye ilişkin olarak da, *“Bağlanamıyorsan zorlama, gel burada oyna! Kesintisiz okey keyfini Mynet Çanak Okey’le yaşa!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmanın “facebook” sayfasında gerçekleştirilen tanıtımlarda, Rakip firmaya ait marka adına, reklam görsellerinde kullanılan araba plakasında yer verilerek ilgili firmanın kötülendiği, bununla birlikte tanıtımlarda yer alan ve yukarıda bahsi geçen ifadeler ile iki firma tarafından da sunulan oyun hizmetine ilişkin bir karşılaştırma yapıldığı ve her iki durumun da haksız rekabete yol açtığı, kesintisiz okey oynama hizmetinin Mynet tarafından sunulduğu algısının yaratıldığı, ancak bu durumun ispata muhtaç olduğu ve firmanın cevap yazısında konuya ilişkin herhangi bir hususa değinilmediği, ayrıca farklı sınıflarda olmak üzere her iki firmanın da marka tesciline sahip olduğu, konunun mahkemeye intikal etmesine karşın “Çanak Okey” ibaresinin kullanılmasına ilişkin henüz nihai bir karara varılamadığı, dolayısıyla mevcut durumda söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 8/1, /-8/2, 9/1, 9/4, 10/1, 32/1 ve 34 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mynet Medya Yayıncılık Uluslararası Elektronik Bilgilendirme ve Haberleşme Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2015/1733**

**Şikayet Edilen: Mapa Mobilya ve Aksesuar Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait broşürde “Hafta içi kahvaltı tabağı” isimli ürünün fiyatı 3,95 TL olarak belirtildiği, ancak firmaya ait Bursa ilin yer alan mağazadan alışveriş yapmak isteyen tüketiciye söz konusu ürünün 4,95 TL’den satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait broşürlerde “Hafta içi kahvaltı tabağı” isimli ürünün fiyatı 3,95 TL olarak belirtilmiş olmasına karşın, firmaya ait Bursa ilinde yer alan mağazada ilgili ürünün fiyatının tüketicilere 4,95 TL olarak yansıtıldığı, dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararını etkileyen ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte olan bu durumun,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-ç, 13/1 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**63)**

**Dosya No: 2015/1562**

**Şikayet Edilen: Real Hipermarketler Zinciri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait broşürlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait broşürlerde “Kurbanlık için Real’i seçin” ifadelerine yer verilerek, kurbanlıklarını Real Hipermarketlerinden alan tüketicilere 200 TL değerinde indirim kuponu dağıtıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Real Hipermarketler Zinciri A.Ş.’ye ait broşürlerde gerçekleştirilen tanıtımlarda, Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle ilgili reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir

**64)**

**Dosya No: 2014/1826-II**

**Şikâyet Edilen: Mefibe Rağbet KUTLU**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Muhtelif tüketicilerin aranması suretiyle yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** Muhtelif tüketicilerin aranarak, bir kısım danışmanlık firmalarınca; bankalarca tahsil edilen kredi masrafları ve kredi kartı aidatlarının belli ücretler karşılığında tüketiciler adına geri alındığı yönünde bilgi verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu aramalarda 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;

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar metninin “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 1-8” maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**65)**

**Dosya No: 2015/1325**

**Şikâyet Edilen: Hesaplı Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik ve Otomotiv Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2015, 11.05.2015

**Yayınlandığı Mecra:** SMS, İnternet

**Tespitler:** [www.nakitfinans.com.tr](http://www.nakitfinans.com.tr) adresli internet sitesinin 09.09.2015 tarihli görünümlerinde;

Ana sayfa içerisinde; “*Finans çözümleri*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Nakit ihtiyaçlarınız için kurumsal* *çözümler burada, hemen iletişime geçin, Hayallerinizi Ertelemeyin!!, Uygun vade olanakları, kısa sürede çözüm, onay sonrasında hızlı teslimat güler yüzlü çalışanlar ve onlarca neden burada*.” şeklinde ifadelere,

“*SSS-Sıkça Sorulan Sorular*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“-Teminatım yok, senetle alamaz mıyım, kefilde verebilirim? Maalesef sadece teminatlı satışımız var. Teminatsız satışımız yok. –İstanbul dışında yaşıyorum, ben de sizden nakit finans kullanabilir miyim? Türkiye’nin her yerinden nakit finans kullanabilirsiniz. –Teminat ne olabilir? Araç, ev, işyeri, arsa olabilir. –İşlemleri yapmak için şirketinize gelmem şart mı? Bu sizin adresinize İstanbul dışında da olsanız gelebiliyoruz*.” şeklinde ifadelere;

“*Kurumsal*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “*Şirketimiz 1995 yılından beri 20 yılı aşan sektör tecrübesi ve bilgi birikimiyle Altın ve Finans sektöründe siz değerli müşterilerimize hizmet vermektedir. Amacımız müşteri memnuniyetidir. Konusunda uzman profesyonel ekibimizle hızlı, titiz ve sonuç odaklı çalışmaktayız… Hemen arayın:0850 340 40 40 ... 0212 217 87 17…*” şeklinde ifadelere;

Muhtelif tüketicilere gönderilen, 11.05.2015 tarihli kısa mesajlarda; “*12 Taksitle Nakit Kredi BURADA..! Araç, Konut, İşyeri, Arsa Teminatı vererek 12 taksitle Senetle NAKİT KREDİ kullanın..! www.nakitfinans.com.tr 0850 340 40 40* *”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesi ve kısa mesajlarda yapılan 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 anılan şirket tarafından gerçekleştirilebileceği algısının oluşturularak tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksiklerinin istismar edildiği anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri ile Ek-Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar metninin “A - Aldatıcı Ticari Uygulamalar 1-8” maddeleri,

- 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun 3 ve 4 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Hesaplı Dayanıklı Tüketim Malları Elektronik ve Otomotiv Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.