**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  8 Mart 2016

**Toplantı Sayısı :** 246

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/1371**

**Şikayet Edilen: Megafon Teknoloji ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Kazan Sana"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.06.2015-08.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Megafon Teknoloji ve Pazarlama A.Ş. tarafından 27.06.2015 – 08.07.2015 tarihleri arasında *“Sevda TV”* isimli televizyon kanalında yayınlanan ve **0888 233 9797** numaralı müşteri hizmetlerine yönlendirme yapılan **“Kazan Sana”**başlıklı tanıtımlarda durağan yazı olarak; ***“Ücretlendirme tüm operatörlerden vergiler dahil 500 Krş’dir. Ücretlendirme periyodu 60 sn’dir”*** ve ***“Bu servisin ücreti tüm vergiler dahil Turkcell, Vodafone, Avea aboneleri için 8TL ve KKTCELL aboneleri için 7,94TL”***ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Sevda TV”* isimli televizyon kanalında yayınlanan ve **0888 233 9797** numaralı müşteri hizmetlerine yönlendirme yapılan ***“Kazan Sana”*** başlıklı tanıtımlarda durağan yazı olarak yer verilen; ***“Ücretlendirme tüm operatörlerden vergiler dahil 500 Krş’dir. Ücretlendirme periyodu 60 sn’dir”***  ifadeleri ve alt yazıda yer verilen; ***“Bu servisin ücreti tüm vergiler dahil Turkcell, Vodafone, Avea aboneleri için 8TL ve KKTCELL aboneleri için 7,94TL”*** ifadeleri ile iki farklı ücretlendirme bilgisine yer verilerek tanıtımı yapılan yarışma kapsamında hangi ücretlendirmenin geçerli olduğu konusunda anlam karışıklığına yol açıldığı,

Diğer taraftan, tanıtımlarda yer alan durağan yazının metin boyutunun ve durağan yazı metni ile arka plan renk kontrastının ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle okunabilirlikten uzak olduğu,

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, 13 üncü, 18 inci, 19 uncu, 21 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Megafon Teknoloji ve Pazarlama A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2015/1632**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Faturalı Cihaz Kampanyaları – iPhone 6 128 GB"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Vodafone Telekomünikasyon A.Ş.’ye ait [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Faturalı Cihaz Kampanyaları – iPhone 6 128 GB"*** başlıklı reklamların *“iPhone 6 128 GB için faturalı tarife seçenekleri – Sadece aktif tarifeleri gösterir”* başlıklı bölümünde *“Ödeyeceğiniz; Tarife/Paket Ücreti:70 TL, Ek Ücret:130 TL, Aylık Ücret:200 TL, Alacağınız; Red Small: 1000 Dakika, 1000 SMS, 3 GB İnternet, 24 Ay Kontrat”* ifadelerine ve anılan reklamların *“Tüm Detaylar”* başlıklı bölümünde *“(…) Bireysel aboneler kampanyaya dahil olan belirtilen bireysel tarifeler arasında geçiş yapabilirler. Red Classic tarifesinden Red veya Red Elite tarifesine, Red tarifesinden Red Elite tarifesine, Red Classic Extra tarifesinden Red Extra veya Red Elite Extra tarifesine Red xsmall tarifesindeki aboneler Red Small, Red Medium, Red Large ve Red Elite tarifelerine (…) geçebilir. Kampanya sonlanma tarihi 31.12.2015’tir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Faturalı Cihaz Kampanyaları - iPhone 6 128 GB”** başlıklı reklamlarda ana vaat olarak; ***“Vodafone Red avantajlarıyla”*** ifadesine ve *“Tüm Detaylar”* bölümünde ***“Kampanya sonlanma tarihi 31.12.2015’tir”*** ifadelerine yer verilmesine rağmen, 11.11.2015 tarihinde anılan kampanyadan yararlanmak için çağrı merkezi ve Vodafone Cep Merkezi ile yapılan görüşmelerde tanıtımı yapılan cihaz kampanyasının sona erdiği ve anılan kampanyadan faydalanılamayacağı bilgisi verildiği, ancak anılan internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde *“Sadece aktif tarifeleri göster”* seçeneği süzüldüğünde “Red Small”, “Red Medium”, “Red Elite” gibi tarifeleri içeren Red tarifelerinin aktif olarak göründüğü ve söz konusu tarife abonelerinin incelemeye konu cihaz kampanyasından faydalanamayacağı bilgisine yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bununla birlikte sadece Red Elite tarifesi aboneleri **“Faturalı Cihaz Kampanyaları - iPhone 6 128 GB”** başlıklı kampanyadan faydalanabiliyor olsa bile, [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinde **“Tüm Detaylar”** başlıklı bölümde; *“Bireysel aboneler kampanyaya dahil olan belirtilen bireysel tarifeler arasında geçiş yapabilirler: Genç Avantaj Ekstra tarifesinden Red Classic, Red veya Red Elite tarifesine Red Classic tarifesinden Red veya Red Elite tarifesine Red tarifesinden Red Elite tarifesine Red Classic Extra tarifesinden Red Extra veya Red Elite Extra tarifesine Red xsmall tarifesindeki aboneler Red Small, Red Medium, Red Large ve Red Elite tarifelerine, Kamu Kırmızı Akıl Küpü tarifesindeki aboneler Kamu Mavi Akıl Küpü tarifesine; Kamu Mavi Akıl Küpü tarifesindeki aboneler Kamu Kırmızı Akıl Küpü tarifesine, Red Extra tarifesinden Red Elite Extra tarifesine geçebilir”* ifadelerine yer verilerek Red tarifeleri arasında ayrım yapmaksızın Red Elite tarifesine geçiş yapılabileceği belirtilmesine rağmen, “Red Small” tarifesi abonelerinin gerekli tarife değişikliği yapılarak kampanyadan faydalandırılmadığı,

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, 13 üncü 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.

**3)**

**Dosya No: 2015/1691**

**Şikayet Edilen: TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Evde Bol GB’li İnternetin Varsa Hızın Düşmez”*** ve ***“Yüksek GB’li İnternet”***  başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.10.2015-20.11.2015

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

**Tespitler:** TTNET A.Ş. tarafından 23.10.2015-20.11.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamların ana vaadinde; **“*Evde Bol GB’li İnternetin Varsa Hızın Düşmez. İnternet fena halde aşka benzer. Mesela ‘İnterneti seviyorum ama bağlanmak korkuyorum abi’ diyenler olabilir. Benden bir tavsiye. Korkma, gönlünce yaşa interneti. Hani insan sevdiğini görünce hızla çarpar pır pır eder ya yüreği, interneti de böyle hız kesmeden yaşamak istiyorsan ‘evet’ de bir üst pakete geçiver. Abi lafı nereye bağlayacaksın diyorsan. TTNET’in Yüksek GB’li internete bağlayacağım. 100 GB’lık limitsiz internet al evinde bilgisayardan da, cepten de, tabletten de aynı anda bağlan. Üstelik ayda sadece 61 liraya. Seviyorsan gel bağlan bence. Ya da ara, sen bilirsin”*** ifadelerine, durağan yazıda ***“Yüksek GB’li İnternet: Evde bilgisayardan cepten tabletten bağlan. 100 GB limitsiz internet. Ayda 61 TL”,*** ***“24 ay kalma sözüne, yeni gelen TTNET’lilere”*** ifadelerine, altyazıda *“Kampanya 31.12.2015’e kadardır. ULTRANET LİMİTSİZ hızı 16 Mbps’e kadar olup konuma göre değişebilir. Paketin ay içerisindeki veri kullanım GB’ı (Adil Kullanım Noktası) aşıldığında hız düşürülecektir. Bağlantı ücreti (4 TLx24 ay)/Damga Vergisi faturalandırılır. Taahhüde aykırılıkta cayma bedeli yansıtılır. www.ttnet.com.tr”* ifadelerine ve firmaya ait [www.ttnet.com.tr](http://www.ttnet.com.tr) adresli internet sitesinin 01.12.2015 tarihli görünümünde yer alan ***“Yüksek GB’li İnternet”*** başlıklı reklamların *“Koşullar”* başlıklı kısmında “*Kampanyaya belirtilen paketlerin yalın versiyonları da dahildir. Kampanya yalın paketlerden yararlanmak isteyen abonelerin faturalarına aylık yalın erişim ücreti (18 TL) ayrıca yansıtılacaktır. TTNET Yalın İnternet hizmeti başvurularında, sabit telefon hattı ve internet hizmeti aboneliği olmayan yeni abonelerden bir defaya mahsus 10 TL devre hazırlama ücreti alınır. 96 TL bağlantı ücreti ayda 4 TL taksitle 24 ay boyunca TTNET faturasına yansıtılacaktır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda tanıtımı yapılan kampanyanın yalın internetten faydalanmak isteyen abonelere de açık olduğu ve bununla ilgili fiyatlandırma ve kampanya katılım koşullarının firmaya ait internet sitesinde belirtildiği 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.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**4)**

**Dosya No: 2015/141**

**Şikayet Edilen: Noman YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Krediye mi İhtiyacınız Var”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** *“Krediye mi İhtiyacınız Var”* başlıklı açık hava ilanında *“Tel: 0541 354 06 05 “Krediyemi ihtiyacınız var? %100 banka güvencesiyle. Takibini yeni kapatmış emekliye-memura-kadrolu işçiye babasının veya eşinin maaşını alanlara kredi çekilir. Toplam 1 yıl SSK’sı olupta bankalarla çalışması hiç olmayan özel sektör çalışanına kredi çekilir. Ticari kredilerde, kendi durumu iyi olup’da bilançoları zararda olan esnafa kredi çekilir. Tel: 0 541 235 95 25”* ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Krediye mi İhtiyacınız Var”* başlıklı açık hava ilanında *“Tel: 0541 354 06 05 “Krediyemi ihtiyacınız var? %100 banka güvencesiyle. Takibini yeni kapatmış emekliye-memura-kadrolu işçiye babasının veya eşinin maaşını alanlara kredi çekilir. Toplam 1 yıl SSK’sı olupta bankalarla çalışması hiç olmayan özel sektör çalışanına kredi çekilir. Ticari kredilerde, kendi durumu iyi olup’da bilançoları zararda olan esnafa kredi çekilir. Tel: 0 541 235 95 25”* ifadelerinin yer aldığı, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun 3 üncü maddesine göre “Kredi Kuruluşu” olarak mevduat ve katılım bankaları tanımlandığından bahsi geçen Kanun kapsamında yetkili olmayan şahsınız tarafından çeşitli tüketicilere kredi çekileceği vaadiyle reklam ve tanıtımda bulunulmasının tüketicilerialdatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici olduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımların;

Açıklanan nedenlerle inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**5)**

**Dosya No: 2014/1880**

**Şikayet Edilen: Yeşilyurt Medikal Sağlık Ve Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sacurunleri.net](http://www.sacurunleri.net) adresli internet sitesinde yer alan ***“Hairforte”*** isimli saç bakım ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.sacurunleri.net adresli internet sitesinde yer alan *“Hairforte”* isimli saç bakım ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlarda *“Saç ve saç köküne etkileri. Saç kökü üzerine uyarıcı etkisi. Hairfort sprey içeriğindeki procapil kökü besleyen kılcal damarları genişleterek kökün daha iyi beslenmesini sağlar. Yapılan bilimsel çalışmalarda % 3 procapil in % 5 minoxidile eşdeğer etki sağladığı görülmüştür, % 3 procapil minoxidil gibi uygulandığı bölgede saç kökünü uyararak tüyleşmiş saç tellerinde kalite artışı sağlar.Özellikle bayan kullanıcılarda sorun olabilen vücut kıllarındaki kalite artışı procapilde görülmemektedir. DHT (Di Hidro Testesteron) ye etkisi. Bilindiği gibi bayanlarda görülen saç dökülmelerinin % 50 si DHT sebebiyle oluşmaktadır. Saç köküne zarar vererek dökülmesine sebep olan hormon DHT'dir. Hairforte içindeki % 3 konsantrasyonundaki procapil 5-Alfa redüktaz enzimini inhibe ederek DHT oluşumunu büyük oranda engeller. Ayrıca saç kökündeki kollejen bariyer oluşturarak oluşabilecek az miktada DHT'nin kök üzerindeki hasar yapıcı etkisinide engeller. Sadece saç kökü ve saç kökündeki yağ bezinde oluşan DHT yi engellediği için vücutta yan etki yapmaz. Saç kökünün beslenmesine etkisi. Hair fort sprey formülündeki % 1 biotin (Vitamin B7 -- H vitamini) saç kalitesini ve saçın uzama hızını artırır, anageni uzatarak daha fazla uzatabilmeye olanak sağlar. Saçlı deriye etkileri. İçeriğindeki diğer bitkisel bileşenler saçlı deriyi iyonizan radyasyon,UV ışınları ve çevre kirliliği gibi dış etkenlerden korur, Saçlı deri yağlanmasını dengeler.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.sacurunleri.net adresli internet sitesinde yer alan *“Hairforte”* isimli saç bakım ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlarda *“Saç ve saç köküne etkileri. Saç kökü üzerine uyarıcı etkisi. Hairfort sprey içeriğindeki procapil kökü besleyen kılcal damarları genişleterek kökün daha iyi beslenmesini sağlar. Yapılan bilimsel çalışmalarda % 3 procapil in % 5 minoxidile eşdeğer etki sağladığı görülmüştür, % 3 procapil minoxidil gibi uygulandığı bölgede saç kökünü uyararak tüyleşmiş saç tellerinde kalite artışı sağlar.Özellikle bayan kullanıcılarda sorun olabilen vücut kıllarındaki kalite artışı procapilde görülmemektedir. DHT (Di Hidro Testesteron) ye etkisi. Bilindiği gibi bayanlarda görülen saç dökülmelerinin % 50 si DHT sebebiyle oluşmaktadır. Saç köküne zarar vererek dökülmesine sebep olan hormon DHT'dir. Hairforte içindeki % 3 konsantrasyonundaki procapil 5-Alfa redüktaz enzimini inhibe ederek DHT oluşumunu büyük oranda engeller. Ayrıca saç kökündeki kollejen bariyer oluşturarak oluşabilecek az miktada DHT'nin kök üzerindeki hasar yapıcı etkisinide engeller. Sadece saç kökü ve saç kökündeki yağ bezinde oluşan DHT yi engellediği için vücutta yan etki yapmaz. Saç kökünün beslenmesine etkisi. Hair fort sprey formülündeki % 1 biotin (Vitamin B7 -- H vitamini) saç kalitesini ve saçın uzama hızını artırır, anageni uzatarak daha fazla uzatabilmeye olanak sağlar. Saçlı deriye etkileri. İçeriğindeki diğer bitkisel bileşenler saçlı deriyi iyonizan radyasyon,UV ışınları ve çevre kirliliği gibi dış etkenlerden korur,saçlı deri yağlanmasını dengeler.”* şeklinde ifadelerin yer aldığı,

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

Diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda yer alan; “*Yapılan bilimsel çalışmalarda % 3 procapil in % 5 minoxidile eşdeğer etki sağladığı görülmüştür, % 3 procapil minoxidil gibi uygulandığı bölgede saç kökünü uyararak tüyleşmiş saç tellerinde kalite artışı sağlar…* *Hairforte içindeki % 3 konsantrasyonundaki procapil 5-Alfa redüktaz enzimini inhibe ederek DHT oluşumunu büyük oranda engeller. Ayrıca saç kökündeki kollejen bariyer oluşturarak oluşabilecek az miktada DHT'nin kök üzerindeki hasar yapıcı etkisinide engeller.”* iddialarının doğruluğunun bilimsel araştırma ve test sonuçları ile ispatlanmadığı,

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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Yeşilyurt Medikal Sağlık Ve Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2015/564**

**Şikayet Edilen: Homestar Pazarlama Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ervamatinturkiye.com](http://www.ervamatinturkiye.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Ervamatin”*** isimli saç bakım ürününe ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ervamatinturkiye.com adresli internet sitesinde; *“Ervamatin,* ***saç dökülmesini durdurmak için geliştirilmiş****, tamamen bitkisel içeriğe sahip olan doğal bir üründür.* ***Saç dökülmesi, saç rejenerasyon, kepek sorunu, saç dökülmesi, kellik, kırılgan ve kuru saçlar gibi sorunlarda kullanımı uygun*** *ve dünya sağlık örgütü tarafından tavsiye edilmektedir.”*, *“Ervamatin Power, kadın ve erkek her yaştan yüzlerce kişide test edildi.* ***Kepek, saç dökülmesi, kellik, saç derisi aşırı sebum, yağlı saç ve saç yıpranması gibi sorunlar üzerinde son derece olumlu etkiler göstermiştir.***

* ***Saç dökülmesini azaltarak, düzenli kullanımı ile durdurur,***
* ***Kepeklenme sorununu ortadan kaldırır.***
* *Cansız ve yıpranmış saçları derinlemesine besleyerek güçlendirir,*
* *Aşırı yağlanma problemine karşı son derece faydalıdır,*
* ***Dökülen saçların yerine yenilerinin çıkması için saç köklerini ve hücreleri besler.****”*

şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.ervamatinturkiye.com adresli internet sitesinde; *“Ervamatin, saç dökülmesini durdurmak için geliştirilmiş, tamamen bitkisel içeriğe sahip olan doğal bir üründür. Saç dökülmesi, saç rejenerasyon, kepek sorunu, saç dökülmesi, kellik, kırılgan ve kuru saçlar gibi sorunlarda kullanımı uygun ve dünya sağlık örgütü tarafından tavsiye edilmektedir.”*, *“Ervamatin Power, kadın ve erkek her yaştan yüzlerce kişide test edildi. Kepek, saç dökülmesi, kellik, saç derisi aşırı sebum, yağlı saç ve saç yıpranması gibi sorunlar üzerinde son derece olumlu etkiler göstermiştir.*

* *Saç dökülmesini azaltarak, düzenli kullanımı ile durdurur,*
* *Kepeklenme sorununu ortadan kaldırır.*
* *Cansız ve yıpranmış saçları derinlemesine besleyerek güçlendirir,*
* *Aşırı yağlanma problemine karşı son derece faydalıdır,*
* *Dökülen saçların yerine yenilerinin çıkması için saç köklerini ve hücreleri besler.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda, inceleme konusu tanıtımlarda yer alan kozmetik ürününe ilişkin olarak saç dökülmesi, kepek, kellik gibi sorunların önüne geçeceği ve yeni saç çıkartacağı izlenimi veren ifade ve görsellerin kullanılmasının ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği, bu nedenle söz konusu tanıtımların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**7)**

**Dosya No: 2015/453**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.naturalive.com.tr](http://www.naturalive.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında yer alan muhtelif temizlik ve kozmetik ürünlerine ilişkin reklamlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler:** Eylül – Kasım 2015 döneminde [www.naturalive.com.tr](http://www.naturalive.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Ardınç Katranlı Katı Sabun”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ardıç Katranı, antiseptik özelliği sayesinde; kepek, kaşıntı, egzema ve saç dökülmesi gibi problemlerin çözümünde yardımcıdır. Her türlü yaş ve cilt tipleri için uygundur. Hiçbir katkı maddesi, esans, boya içermez”* ifadelerine, **“Bebek Şampuanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bitkisel temizleyici içerir. SLS, DEA, DMDM Hydantoin, Paraben, Formaldehit, Boya, Silikon, Hayvansal Yağ Ve Katkıları İçermez”* ifadelerine, **“Bitki Özlü Peeling”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sentetik Soyucu, Parfüm, Koruyucu, Boya, Sentetik Madde İçermez”* ifadelerine, **“Bitkisel Tüy Azaltıcı Losyon”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tüy Sorununa Doğadan Çözüm! Koruyucu ve Kimyasal Katkı İçermez. Naturalive Beauty Bitkisel Tüy Azaltıcı Losyon tamamen bitkisel özlerden oluşan solüsyonu ile 3’lü etki sağlar;*

*• Kıl çıkışını geciktirir.*

*• Kıl yapısında incelme sağlar.*

*• Kıl sayısında azalma sağlar.*

*Cildi tahriş etmez. Yüz ve vücut kıllarında güvenle kullanabilirsiniz.(…) Hiç tahriş etmez. Sadece kıl kökünü etkiler, ter bezlerine olumsuz etkisi yoktur”* ifadelerine, **“Cilt Onarım Yağı”**başlığı altında bulunan ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Yapılan araştırmalarda, cildin onarımı, beslenmesi, nemlendirilmesi cildin elastikiyetinin geliştirilmesinde ve cilt lekelerinin iyileştirilmesinde başarılı sonuçlar vermektedir. Naturalive Besleyici Ve Onarıcı Cilt Bakım Yağı İle:*

*Cildi yumuşattığı gibi, nemlendirir, cildin kurumasını önler.*

*Kuru ve nemli cilt arasındaki dengeyi kurar.*

*Çatlak oluşumunu önler ve çatlakları onarır.*

*Akne ve sivilcelerin giderilmesine yardımcı olur.*

*Cilt hücrelerini yenilediğinden dolayı, cildin yaşlanmasını önlemeye yardımcı olur.*

*Cildi çevresel faktörlere karşı korur. Güneş, kuru soğuk, kötü hava, sigara kullanımı gibi faktörler cildin yaşlanmasına neden olmaktadır. Naturalive Cilt Bakım Yağı bunları engellemeye yardımcıdır. Nar Çekirdeği Yağı: Yapılan araştırmalar da gösteriyor ki, Nar çekirdeği yağı protein ve mineral açısından oldukça zengindir. Prostat ve cilt kanserini önlemede etkindir. (ALBRECH 2004, HORA 2003)”* ifadelerine, **“Naturalive Portakallı Deodorant Stick”**başlığı altında bulunan ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Alüminyum, Paraben, Alkol, Petrolatum Gibi Zararlı Maddeleri İçermez”* ifadelerine, **“Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Türkiye’nin İlk ve Tek Doğal Diş Macunu! Ağızdaki bakterileri doğal olarak yok ettiğinden diş çürümelerini ve ağız kokularını önler. Hamilelerin ve çocukların kullanabileceği doğallıktadır. Uluslararası Diş Araştırmaları Derneği (IADR) ‘nın yaptığı araştırmalara göre propolis ve misvak; ağız ve diş sağlığının korunmasında etkin rol oynamaktadır. Naturalive Diş Macunu: Sls, Paraben, Formaldehit, Triclosan, Florür, Boya, Suni Tatlandırıcı İçermez. Misvak, propolis ve çay ağacının antibakteriyel özellikleri sayesinde dişeti hastalıkları, aft(mantar) ve ağız yaralarını oluşumunu engeller. Ağızdaki bakterileri doğal olarak yok ettiğinden diş çürümelerini ve ağız kokularını önler. Misvak ve karbonat ile dişleri çizmeden beyazlatır. Hamilelerin ve çocukların kullanabileceği doğallıktadır. Uluslararası Diş Araştırmaları Derneği (IADR) ‘nın yaptığı araştırmalara göre propolis ve misvak; ağız ve diş sağlığının korunmasında etkin rol oynamaktadır”* ifadelerine, **“Dudak Koruyucu”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Petrokimyasal, parfüm, koruyucu, boya, hayvansal yağ ve katkıları içermez”* ifadelerine, **“Duş Jeli”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Bebekler, çocuklar ve alerjiye yatkın kişiler için idealdir. Naturalive Duş Jeli:SLS, DEA, DMDM Hydantoin, Paraben, Formaldehit, Boya, Hayvansal Yağ Ve Katkıları İçermez. Sarı Kantaron; cildin yenilenmesinde çok etkili olduğundan eski çağlardan beri yaraların tedavisinde kullanılmaktadır. Bu özelliğiyle cilt bakımında oldukça faydalıdır”* ifadelerine, **“Bitkisel Eşarp Şampuanı”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Sentetik Temizleyici, Fosfat, Enzim Renklendirici İçermez”* ifadelerine, **“Bitkisel Eşarp Spreyi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Hayvansal katkı ve renklendirici içermez”* ifadelerine, **“Gündüz Kremi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“DEA, DMDM Hydantoin, Paraben, Formaldehit, Boya, Silikon, Alkol, Cetearth-20, Propylene Glycol, EDTA, Hayvansal Yağ Ve Katkıları İçermez”* ifadelerine, **“Mineral Kil Maskesi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Kil cilt bakımında kullanabilecek doğal madde çeşitleri arasında en etkililerden biridir.Çok çeşitli mikro organizmalara karşı aktif olduğu, bilimsel olarak ispatlanmış bir antiseptiktir. İçerisinde 36 çeşit minerali barındırır. Alerjik reaksiyona sebep olmaz. Cildinizin ihtiyacı olan nemi korurken gözeneklerinde biriken yağ fazlalıkları ve kirlerin neden olduğu sivilce, siyah nokta ve akne oluşumu engellemeye yardımcı olur. Parfüm, koruyucu, boya, sentetik madde içermez. Cildi sıkılaştırır. Kan dolaşımını hızlandırır”* ifadelerinin, **“Pişik Kremi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 doğal yapısı sayesinde bebeğin pişik, isilik ve tahrişle ilgili rahatsızlıklarının giderilmesine yardımcı olur. %100 doğal hammaddelerden oluştuğu için cilde zarar vermez. Kortizon, Petrolatum, Vazelin, Alüminyum, Pafüm, Talk, Koruyucu İçermez. Çinko Oksit: Antibakteriyel özelliği ile hücre yenilemesini destekler, pişiklerde yara iyileşmesini hızlandırır. Lavanta Yağı: Antibakteriyel ve antifungal özelliği sayesinde bebek pişiklerinde oluşan mantar ve bakteri oluşumunu engellemeye yardımcı olur”* ifadelerine, **“Ruj”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Petrokimyasal, parfüm, koruyucu, boya, hayvansal yağ ve katkıları içermez”* ifadelerine, **“Saç Bakım Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Boyar madde, koku, hiçbir kimyasal İÇERMEZ… İçerdiği soğuk sıkım saf yağlarla saç köklerine nüfuz ederek;*

*-Dökülmemesine,*

*- Kırılmaların engellenmesine,*

*-Saç tellerinin kalınlaşmasına yardımcı olur”* ifadelerine, **“Saç Boyası”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%100 DOĞAL - BİTKİSEL KARIŞIM. PPD, sentetik renk ve koku verici maddeler, peroksid, amonyak ve petrokimyasal gibi hiçbir kimyasal İçermez! Naturalive Doğal Saç Boyası tamamen bitkisel içeriği ile saçınızı güçlendirir ve hacim kazandırır. Sentetik boyaların aksine saç köklerini besler, istenilen sıklıkta uygulanabilir. Naturalive Doğal Saç Boyası kimyasal ve oksidasyon boyaları gibi saçınızın doğal yapısına zarar vermezler”* ifadelerine, **“Saç Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ecocert sertifikalı hammaddelerle hazırlanmıştır.* *Parfüm, Hayvansal Katkı, Silikon, Petrol Türevi Madde içermez. Naturalive Saç Kremi:DEA, DMDM Hydantoin, Paraben, Formaldehit, Boya, Silikon, Centrimonium Chloride, Cetearth-20, Propylene Glycol, EDTA, Hayvansal Yağ Ve Katkıları İçermez”* ifadelerine, **“Şampuan”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Uzun süreli kullanımda kepek oluşumunu önlemeye yardımcı olur.E cocert sertifikalı temizleyici kullanılmıştır. SLS, DEA, DMDM Hydantoin, Paraben, Formaldehit, Boya, Silikon, Hayvansal Yağ Ve Katkıları İçermez”* ifadelerine, **“Göz Kalemi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Parfüm, Koruyucu, Hayvansal Yağ ve Katkıları İçermez”* ifadelerine, **“Zeytinyağlı Banyo Sabunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hiçbir katkı maddesi, esans, boya içermez”* ifadelerine, **“Borakslı Elde Bulaşık Deterjanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Fosfat, Enzim, Parfüm, Sentetik Temizleyici İçermez! Doğal hammaddeler içerir.* *Tüm mutfak gereçleri, çocuk biberon ve oyuncaklarında güvenle kullanılır. Suda kolayca parçalanır, insan sağlığına ve çevreye zarar vermez. Deterjanların; kısırlık, nörotoksik, akciğer ve böbrek hasarları, kanser, körlük ve astım gibi hastalıklara yol açabileceği TÜBİTAK tarafından açıklanmıştır. Temizlenmiş yiyecek kaplarında deterjan kalıntıları yüzeyde kalır ve gıda tüketimiyle vücuda alınır. ABD’de yapılan araştırmalarda günde 0.3-3mg deterjan insan vücuduna girdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle yiyecek kaplarınızın temizliğinde doğal alternatifleri tercih edin”* ifadelerine, **“Borakslı Sıvı Çamaşır Makine Deterjanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Fosfat, enzim, parfüm, sentetik temizleyici İÇERMEZ.* *Boraks zor kirleri temizler ve kötü koku oluşumunu önler”* ifadelerine, **“Genel Yüzey Temizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal hammaddeler içerir. Fosfat, enzim, parfüm, sentetik temizleyici İÇERMEZ. Boraks zor kirleri temizler ve kötü koku oluşumunu önler”* ifadelerine, **“Kil İçerikli Toz Yüzey Yemizleyici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Fosfat, enzim, parfüm, sentetik temizleyici İÇERMEZ. Tahriş edici, aşındırıcı kimyasallara gerek kalmadan temizlik sağlar. Ürünün içeriği, temizlikten sonra doğaya zarar vermeden çözülür”* ifadelerine, **“Limonlu Yağ Çözücü”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Asit, tahriş edici ve aşındırıcı kimyasallar içermez.”* ifadelerine, **“Sıvı Bulaşık Makinesi Deterjanı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Fosfat, Enzim, Parfüm, Sentetik Temizleyici İÇERMEZ.* *Deterjanların; kısırlık, nörotoksik, akciğer ve böbrek hasarları, kanser, körlük ve astım gibi hastalıklara yol açabileceği TÜBİTAK tarafından açıklanmıştır. Temizlenmiş yiyecek kaplarında deterjan kalıntıları yüzeyde kalır ve gıda tüketimiyle vücuda alınır. ABD’de yapılan araştırmalarda günde 0.3-3mg deterjan insan vücuduna girdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle yiyecek kaplarınızın temizliğinde doğal alternatifleri tercih edin”* ifadelerine, **“Sıvı El Sabunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“SLS, DEA, DMDM Hydantoin, Paraben, Formaldehit, Boya, Silikon, Koruyucu, Hayvansal Yağ Ve Katkıları İçermez”* ifadelerine, **“Sıvı Leke Çıkarıcı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aktif oksijenle %99,9 oranında hijyen sağlar.* *Fosfat, Enzim, Parfüm, Sentetik Temizleyici İçermez”* ifadelerine,

Bununla birlikte, **“Diş Macunu”** ve **“Pişik Kremi”** isimli ürünlerin tanıtımlarında “antibakteriyel” ve “bakterilerin oluşumunu önler” gibi ifadelere ve *“Sertifikalarımız”* başlığı altında *“Sağlık Bakanlığı Onay Belgesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** ürün ambalajlarında ve [www.naturalive.com.tr](http://www.naturalive.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Ardınç Katranlı Katı Sabun”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Her türlü yaş ve cilt tipleri için uygundur”* ifadelerinin, **“Bitkisel Tüy Azaltıcı Losyon”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Tüy Sorununa Doğadan Çözüm! Naturalive Beauty Bitkisel Tüy Azaltıcı Losyon tamamen bitkisel özlerden oluşan solüsyonu ile 3’lü etki sağlar;*

*• Kıl çıkışını geciktirir.*

*• Kıl yapısında incelme sağlar.*

*• Kıl sayısında azalma sağlar.*

*Cildi tahriş etmez. Yüz ve vücut kıllarında güvenle kullanabilirsiniz.(…) Hiç tahriş etmez”* ifadelerinin, **“Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Türkiye’nin İlk ve Tek Doğal Diş Macunu!”* ifadelerinin, **“Bitkisel Eşarp Şampuanı”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Sentetik Temizleyici, Fosfat, Enzim Renklendirici İçermez”* ifadelerinin, **“Bitkisel Eşarp Spreyi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Hayvansal katkı ve renklendirici içermez”* ifadelerinin, **“Pişik Kremi”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 doğal hammaddelerden oluştuğu için cilde zarar vermez. Kortizon, Petrolatum, Vazelin, Alüminyum, Pafüm, Talk, Koruyucu İçermez”* ifadelerinin, **“Ruj”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Petrokimyasal, parfüm, koruyucu, boya, hayvansal yağ ve katkıları içermez”* ifadelerinin, **“Saç Bakım Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Boyar madde, koku, hiçbir kimyasal İÇERMEZ… İçerdiği soğuk sıkım saf yağlarla saç köklerine nüfuz ederek;*

*-Dökülmemesine,*

*- Kırılmaların engellenmesine,*

*-Saç tellerinin kalınlaşmasına yardımcı olur”* ifadelerinin, **“Saç Boyası”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 DOĞAL - BİTKİSEL KARIŞIM. PPD, sentetik renk ve koku verici maddeler, peroksid, amonyak ve petrokimyasal gibi hiçbir kimyasal İçermez! Naturalive Doğal Saç Boyası tamamen bitkisel içeriği ile saçınızı güçlendirir ve hacim kazandırır. Sentetik boyaların aksine saç köklerini besler, istenilen sıklıkta uygulanabilir. Naturalive Doğal Saç Boyası kimyasal ve oksidasyon boyaları gibi saçınızın doğal yapısına zarar vermezler”* ifadelerinin, **“Sıvı Leke Çıkarıcı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Aktif oksijenle %99,9 oranında hijyen sağlar”* ifadeleri ile söz konusu internet sitesinde yer verilen ***“Türkiye’nin en doğal kişisel bakım ve temizlik ürünleri. Naturalive diğerlerine benzemez”*** ifadelerinin ispatlanamadığı,

Diğer taraftan,[www.naturalive.com.tr](http://www.naturalive.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Ardınç Katranlı Katı Sabun”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Ardıç Katranı, antiseptik özelliği sayesinde; kepek, kaşıntı, egzema ve saç dökülmesi gibi problemlerin çözümünde yardımcıdır”* ifadeleri, **“Cilt Onarım Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Naturalive Cilt Bakım Yağı içerdiği yoğun E vitamini ve C vitamini ile cildinizin yenilenmesine yardımcı olur. Yapılan araştırmalarda, cildin onarımı, …, cilt lekelerinin iyileştirilmesinde başarılı sonuçlar vermektedir. Naturalive Besleyici Ve Onarıcı Cilt Bakım Yağı İle:*

*Cilt hücrelerini yenilediğinden dolayı, cildin yaşlanmasını önlemeye yardımcı olur.*

*Naturalive Besleyici Ve Onarıcı Cilt Bakım Yağı İle:*

*Çatlak oluşumunu önler ve çatlakları onarır.*

*Akne ve sivilcelerin giderilmesine yardımcı olur(…)*

*Nar Çekirdeği Yağı: Yapılan araştırmalar da gösteriyor ki, Nar çekirdeği yağı protein ve mineral açısından oldukça zengindir. Prostat ve cilt kanserini önlemede etkindir. (ALBRECH 2004, HORA 2003)”* ifadeleri, **“Diş Macunu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Misvak, propolis ve çay ağacının antibakteriyel özellikleri sayesinde dişeti hastalıkları, aft(mantar) ve ağız yaralarını oluşumunu engeller. Ağızdaki bakterileri doğal olarak yok ettiğinden diş çürümelerini ve ağız kokularını önler. Misvak ve karbonat ile dişleri çizmeden beyazlatır. Hamilelerin ve çocukların kullanabileceği doğallıktadır. Uluslararası Diş Araştırmaları Derneği (IADR) ‘nın yaptığı araştırmalara göre propolis ve misvak; ağız ve diş sağlığının korunmasında etkin rol oynamaktadır.”* ifadeleri, **“Duş Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Sarı Kantaron; cildin yenilenmesinde çok etkili olduğundan eski çağlardan beri yaraların tedavisinde kullanılmaktadır. Bu özelliğiyle cilt bakımında oldukça faydalıdır”* ifadeleri, **“Mineral Kil Maskesi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kan dolaşımını hızlandırır”* ifadeleri, **“Pişik Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“%100 doğal yapısı sayesinde bebeğin pişik, isilik ve tahrişle ilgili rahatsızlıklarının giderilmesine yardımcı olur. Çinko Oksit: Antibakteriyel özelliği ile hücre yenilemesini destekler, pişiklerde yara iyileşmesini hızlandırır. Lavanta Yağı: Antibakteriyel ve antifungal özelliği sayesinde bebek pişiklerinde oluşan mantar ve bakteri oluşumunu engellemeye yardımcı olur”* ifadeleri ile tanıtımlarda yer verilen ürünlerin hastalık tedavisinde kullanıldığı imajının yaratıldığı, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, söz konusu internet sitesinde yer verilen **“Diş Macunu”** ve **“Pişik Kremi”** isimli ürünlerin tanıtımlarında “antibakteriyel” ve “bakterilerin oluşumunu önler” gibi ifadelerin kullanılabilmesi için biyosidal ürün ruhsatı bulunması gerektiği ve söz konusu ifadelerin ispata muhtaç olduğu, ayrıca biyosidal ürünlerin reklamlarında *“Biyositleri güvenli kullanınız”* ve *“Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz”* ifadelerine yer verilmesi zorunlu olmasına rağmen, reklamlarda söz konusu ifadelere yer verilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bunlara ek olarak, anılan internet sitesinde; *“Sertifikalarımız”* başlığı altında yer verilen *“Sağlık Bakanlığı Onay Belgesi”* şeklinde ifadeler ile söz konusu ürünlerin tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Natural Yaşam Ürünleri İthalat İhracat Ticaret** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2015/1089**

**Şikayet Edilen:** **Evyap Sabun, Yağ, Gliserin San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Activex”*** isimliürünlere ilişkin tanıtımlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler:** [www.activex.com.tr](http://www.activex.com.tr) ve [www.evyap.com.tr](http://www.evyap.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan **“Activex”** markalı ürüne ilişkin reklamlarda; *“Activex Antibakteriyel Sıvı Sabun, özel olarak geliştirilen 7 etkili formülü ile tam koruma sağlar (\*). İçeriğindeki antibakteriyel aktif sayesinde bakterilerin %99,9'unu 10 saniyede öldürür ve cildinizde maksimum hijyen sağlar (\*). Activex'in 7 etkili özel formülü Sağlık bakanlığı tarafından izinlidir ve bakterilerin cilt üzerine yerleşmesini önleyerek 12 saate kadar antibakteriyel koruma sağladığı kanıtlanmıştır. (\*\*)Dermatolojik olarak test edilmiştir.”, “Activex Hassas Koruma Antibakteriyel Duş Jeli, özel olarak geliştirilen 7 etkili formülü ile tam koruma sağlar (\*) . İçeriğindeki antibakteriyel aktif sayesinde bakterilerin %99,9'unu 10 saniyede öldürür ve cildinizde maksimum hijyen sağlar (\*). Cildinizle uyumlu pH değerine sahip formülü ekstra nemlendirici kremle zenginleştirilmiştir. Vücut kokularını önlemeye yardımcı deo etkili parfüm ile formüle edilmiştir.”, “(\*) Test edilen zararlı bakteriler üzerinde”,*

*“ACTIVEX BACTERIA BLOCKING SYSTEM'İN 7 ETKİSİ*

*1. Test edilen bakterilerin %99.9'unu öldürür.*

*2. Test edilen bakterileri 10 saniyede öldürür.*

*3. Test edilen bakterilere karşı 12 saate kadar antibakteriyel koruma sağlar (Pseudomonas aeruginosa dışında)(\*\*)*

*4. Test edilen bakterilere karşı hijyen sağlar.*

*5. Test edilen gram (+) ve gram (-) bakterilere karşı etkilidir.*

*6. Özel formülü sayesinde cildinizi nemlendirmeye yardımcı olur.*

*7. Ciltte iritasyona sebep olmadığı kanıtlanmıştır.*

*Test Edilen Zararlı Bakteriler*

*Escherichia coli DH5α*

*Acinetobacter baumannii*

*Bacillus cereus*

*Pseudomonas aeruginosa*

*Bacillus subtilis*

*Staphylococcus aureus*

*Staphylococcus epidermidis”,*

*“Activex Çocuklar için Çilek Kokulu Hijyenik Duş Jeli, vücut temizliği için geliştirilmiştir. İçeriğindeki aktif maddelerle cildinizi temizler. Cilt hijyeninin 12 saate kadar korunmasına yardımcı olur. Nemlendiricilerle zenginleştirilmiş formülü ve çilek kokusu ile çocuklarınız için özel olarak üretilmiştir. Çocuk cildi ile uyumu dermatolojik olarak test edilmiştir”* ve *“Sağlık Bakanlığından izinlidir”, “…Bu kurallar kapsamında, tüm Activex ürünlerinin performansı ve insan cildi ile uyumluluğu Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmış ve resmileştirilmiştir”*ifadelerine,

Diğer taraftan, **“Activex Antibakteriyel Sıvı Sabun”** isimli ürünün tanıtımı amacıyla muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan ve Zahide Yetiş’in rol aldığı reklamlarda yer verilen; *“…Size 7 etkili Activex’i öneririm. 7 etkili formülü ile Activex Antibakteriyel Sıvı Sabun, bakterileri 10 saniyede öldürür ve tam koruma sağlar”*ifadelerine yer verildiği ve televizyon reklamlarında yer verilen alt yazı metninin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.activex.com.tr](http://www.activex.com.tr) ve [www.evyap.com.tr](http://www.evyap.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan **“Activex”** markalı ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen; ***“Activex Çocuklar için Çilek Kokulu Hijyenik Duş Jeli, … Cilt hijyeninin 12 saate kadar korunmasına yardımcı olur.”*** ifadelerinin ispatlanamadığı,

Diğer taraftan, [www.activex.com.tr](http://www.activex.com.tr) adresli internet sitesinde *“antibakteriyel”* ifadesi kullanılan biyosidal ürünlerin reklamlarında; *“Biyositleri güvenli kullanınız”* ve *“Kullanmadan önce her zaman ürün etiketini ve kullanım talimatlarını okuyunuz”* ifadelerine yer verilmesi zorunlu olmasına rağmen, reklamlarda söz konusu ifadelere yer verilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bununla birlikte, [www.activex.com.tr](http://www.activex.com.tr) ve [www.evyap.com.tr](http://www.evyap.com.tr) adresli internet sitelerinde yer verilen; ***“Activex'in 7 etkili özel formülü Sağlık Bakanlığı tarafından izinlidir ve bakterilerin cilt üzerine yerleşmesini önleyerek 12 saate kadar antibakteriyel koruma sağladığı klinik testlerle kanıtlanmıştır. Sağlık Bakanlığından izinlidir”, “…Bu kurallar kapsamında, tüm Activex ürünlerinin performansı ve insan cildi ile uyumluluğu Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmış ve resmileştirilmiştir”***şeklinde ifadeler ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği,

Ayrıca, ***“Activex Antibakteriyel Sıvı Sabun”*** isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan ve Zahide Yetiş’in rol aldığı televizyon reklamlarında yer verilen altyazı metninin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle söz konusu altyazının okunabilirlikten uzak olduğu,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliğinin 5 inci ve 38 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/6, 7/8, 9 uncu, 18 inci, 19 ucu, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2016/40**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *"Prima en yakın rakibine göre 2 kata kadar kuruluk sağlar"*** ifadelerini içeren reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Temmuz 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Temmuz 2015 döneminde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Sabahları ne güzel de kıkırdıyorlar. Çünkü altları gece boyunca kupkuru. Prima sahip olduğu özel mikro inci tanecikleriyle ağırlıklarının 30 katına kadar sıvıyı emer, en yakın rakibine ve market markalarına göre 2 kata kadar kuruluk sağlar. 12 saate kadar üstün kuruluk”*** ifadelerine, alt yazı olarak *“\*İndirim marketleri tarafından satılan özel markalı ürünler \*\*Nielsen Pazar payı verilerine göre”* ifadelerine ve durağan yazı olarak *“200ml sıvı ile 6 dakika bekleme süresi”* ifadelerine ve kuruluk testinin sonuçlarına ilişkin görsellere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Sabahları ne güzel de kıkırdıyorlar. Çünkü altları gece boyunca kupkuru. Prima sahip olduğu özel mikro inci tanecikleriyle ağırlıklarının 30 katına kadar sıvıyı emer, en yakın rakibine ve market markalarına göre 2 kata kadar kuruluk sağlar. 12 saate kadar üstün kuruluk”*** ifadelerine, altyazı olarak *“\*İndirim marketleri tarafından satılan özel markalı ürünler \*\*Nielsen Pazar payı verilerine göre”* ifadelerine ve durağan yazı olarak *“200ml sıvı ile 6 dakika bekleme süresi”* ifadelerine ve kuruluk testinin sonuçlarına ilişkin görsellere yer verildiği, ancak reklamlarda yer alan ***“Prima en yakın rakibine göre 2 kata kadar kuruluk sağlar”*** ifadelerinin ispatına yönelik olarak sunulan ve pazar payı verilerine göre en yakın rakibi olan **“Molfix”** markalı bebek bezine karşı *SGS Institut Fresenius* ve *Hygiene Technologie GmbH* tarafından gerçekleştirilen test sonuçlarının yeterli görülmediği, dolayısıyla anılan reklamların gerçeği yansıtmadığı ve rakip firmaların kötülendiği,

Bu nedenle, inceleme konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve benzer nitelikteki firmalar arasında haksız rekabete yol açtığı;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 13 üncü, 14 üncü, 18 inci, 19 ucu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **220.220-TL (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2015/1174**

**Şikayet Edilen: Esmagül TUNA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.botaniksaglik.com](http://www.botaniksaglik.com) adresli internet sitesinde **“Akışık Yasemin Özlü Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sedef ve egzama gibi cilt sorunlarında rahatlatıcı krem olarak kullanılabilir.”* ifadelerine, **“Akışık Saç Bakım Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç dökülmesini, kepeği ve kaşıntıyı giderir, saçları kuvvetlendirir, dökülen saçların daha kuvvetli çıkmasını sağlar. Saçlara parlaklık ve canlılık verir.”* ifadelerine,**“Akışık Salyangoz Özlü Kil Maskesi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cilt lekelerinin ve siyah noktaların giderilmesine, sivilcelerin kurutulmasına, doğum sonrası olan çatlakların azaltılmasına yardımcı olur. Cildi besler; ciltteki kırışıklıklar kılcal damarlardaki kan devrini hızlandırmaya, cildin yağ dengesini düzenlemeye yardımcı olur.”* ifadelerine, **“Akışık SF-100 Ballı Polenli Bitkisel Macun”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bel, baş ve romatizma ağrılarının iyileşmesine yardımcı olur. Balgam söktürme, nefes açmaya, bronşların temizlenmesine, kan dolaşımını hızlandırmaya, cinsel gücü, safrayı ve bağırsak gazlarını gidermeye, mide de yanma, gaz ve spazmı gidermeye, sinir ve stres gidermeye, bağırsakları çalıştırmaya ve rahat uyumaya yardımcı olur*.” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.botaniksaglik.com](http://www.botaniksaglik.com) adresli internet sitesinde **“Akışık Yasemin Özlü Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sedef ve egzama gibi cilt sorunlarında rahatlatıcı krem olarak kullanılabilir.”* ifadelerine, **“Akışık Saç Bakım Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç dökülmesini, kepeği ve kaşıntıyı giderir, saçları kuvvetlendirir, dökülen saçların daha kuvvetli çıkmasını sağlar. Saçlara parlaklık ve canlılık verir.”* ifadelerine,**“Akışık Salyangoz Özlü Kil Maskesi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cilt lekelerinin ve siyah noktaların giderilmesine, sivilcelerin kurutulmasına, doğum sonrası olan çatlakların azaltılmasına yardımcı olur. Cildi besler; ciltteki kırışıklıklar kılcal damarlardaki kan devrini hızlandırmaya, cildin yağ dengesini düzenlemeye 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,

Diğer taraftan, [www.botaniksaglik.com](http://www.botaniksaglik.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Akışık SF-100 Ballı Polenli Bitkisel Macun”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bel, baş ve romatizma ağrılarının iyileşmesine yardımcı olur. Balgam söktürme, nefes açmaya, bronşların temizlenmesine, kan dolaşımını hızlandırmaya, cinsel gücü, safrayı ve bağırsak gazlarını gidermeye, mide de yanma, gaz ve spazmı gidermeye, sinir ve stres gidermeye, bağırsakları çalıştırmaya ve rahat uyumaya yardımcı olur”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde “**Ozon 03”, “Güneş ürünleri” “Saç Bakım Ürünleri”, “Cilt Bakım Ürünleri”, “Kişisel Bakım Ürünleri”, “Anne Bebek Sağlığı”, “Gıda Takviyeleri”, “Masaj Ürünleri”, “Bitkisel Kremler”, “Bitkisel Yağlar”, “Bitkisel Çaylar”, “Bitkisel Sabunlar”, “Arı sütü bal polen”, “Macunlar”** başlıkları altında yer alan kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuata uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

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

**11)**

**Dosya No: 2015/939**

**Şikayet Edilen: Zeypa Elektrik Elektronik ve Gıda Maddeleri Alım Satım Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“BSE TV”*isimli televizyon kanalında yayınlanan ***“Hemocare”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler: “BSE TV”** isimli televizyon kanalında Mayıs- Haziran 2015 tarihleri arasında yayınlanan ***“Hemocare”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Hemocare neden bu kadar başarılı? Başarının ilk sebebi doğal bitkilerden oluşmasıdır ve ayrıca bu nadir bitkiler ülkelerinden toplatılarak son teknolojinin kullanıldığı laboratuvarlarda işin uzmanı bilim adamları tarafından üretiliyor. İşte Avrupa’da ses getiren hemoroid kremi. Tuvalete gitmek sizin için işkence mi? Saatlerce tuvalette oturmaktan bıktınız mı? Ağrı, acı, yanma canınıza tak mı etti?*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “BSE TV”** isimli televizyon kanalında Mayıs- Haziran 2015 tarihleri arasında yayınlanan ***“Hemocare”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Hemocare neden bu kadar başarılı? Başarının ilk sebebi doğal bitkilerden oluşmasıdır ve ayrıca bu nadir bitkiler ülkelerinden toplatılarak son teknolojinin kullanıldığı laboratuvarlarda işin uzmanı bilim adamları tarafından üretiliyor. İşte Avrupa’da ses getiren hemoroid kremi. Tuvalete gitmek sizin için işkence mi? Saatlerce tuvalette oturmaktan bıktınız mı? Ağrı, acı, yanma canınıza tak mı etti?*” ifadelerine yer verilerek söz konusu ürünün **hemoroid hastalığını tedavi ettiği** şeklinde sağlık beyanlarına 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 televizyon reklamlarında **Dr.** **Feridun KUNAK’**ın görüntü ve ifadelerinin onayı olmaksızın izinsiz şekilde kullanıldığı,

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, 7/6, 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 **Zeypa Elektrik Elektronik ve Gıda Maddeleri Alım Satım Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2015/1374**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde, firmaya ait Youtube sayfasında, muhtelif dergilerde ve ürün ambalajlarında yer alan ***“Uni Baby Çamaşır Deterjanı ve Yumuşatıcısı”*** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.09.2015, 05.10.2015,15.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, dergi, ürün ambalajı

**Tespitler: *“Uni Baby Çamaşır Deterjanı”*** isimli ürüne ilişkin olarak Eczacıbaşı Hijyen Ürünleri San. Ve Tic. AŞ’ye ait Youtube sayfasında yayınlanan tanıtımlarda; *“Uni Baby çamaşır deterjanı ve yumuşatıcısı hassas ciltlere özel geliştirildi. Dermatolojik olarak test edildi, antialerjenik ve hipoalaerjenik. Tüm etkinlik testleri yapıldı ve temizlik performansının çok yüksek olduğu görüldü. Ben biliyorum bütün testleri yapıldı bu ürünün, hatta sonuçları piyasadaki diğer ürünlere göre daha iyi çıktı. Paraben, alkol, boya, fosfat, ağartıcı, alerjen madde içermez.”*  ifadelerine, ***“Uni Baby Çamaşır Deterjanı”*** isimli ürünün ambalajı üzerinde ve [www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; “*Paraben, boya, ağartıcı, fosfat içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir. İlk günden itibaren kullanılır. Mama, süt, meyve, çikolata lekelerine karşı etkilidir. Kalıntı bırakmaz”* ifadelerine, ***“Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı”*** isimli ürüne ilişkin olarak [www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde “*Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı, bebeğinizin hassas cildi için özel olarak geliştirilmiştir. Kalıntı bırakmaz, ilk günden itibaren güvenle kullanılır. Elde yıkamaya uygundur. Paraben, boya ve fosfat içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte,*“****Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı”*** isimli ürün etiketlerinde ürün içeriğinde %5 Amfoterik aktif maddeler, %5-15 aniyonik aktif maddeler, %5-15 noniyonik aktif maddeler, koruyucu, parfüm ve yumuşatıcı bulunduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde, ürün ambalajı üzerinde ve muhtelif dergilerde ***“Uni Baby Çamaşır Deterjanı”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen “*Paraben, boya, ağartıcı, fosfat içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir. İlk günden itibaren kullanılır. Mama, süt, meyve, çikolata lekelerine karşı etkilidir. Kalıntı bırakmaz”* ifadelerinin doğruluğunun bilimsel test/rapor ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanması gerektiği fakat **üründe boya olmadığının ve ürünün meyve lekesine karşı etkinliğinin kanıtlanamadığı,**

Diğer taraftan, ***“Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı”*** isimli ürüne ilişkin olarak firmanıza ait [www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde, ürün ambalajlarında ve muhtelif dergilerde yayınlanan reklamlarda yer verilen “*Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı, bebeğinizin hassas cildi için özel olarak geliştirilmiştir. Kalıntı bırakmaz, ilk günden itibaren güvenle kullanılır. Elde yıkamaya uygundur. Paraben, boya ve fosfat içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerinin doğruluğunun bilimsel test/rapor ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanması gerektiği fakat **üründe boya ve fosfat olmadığının kanıtlanamadığı,**

Ayrıca, ***“Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı”*** isimli ürün etiketlerinde yer alan içerik bilgilerinin gerçeği yansıtmadığı,

Bununla birlikte Eylül 2015 döneminde muhtelif dergilerde yayınlanan **“Uni Baby Çamaşır Deterjanı”** ve **“Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda ***“Onun için en iyisini istersiniz”***ifadesi ile tanıtımı yapılan ürünlerin bebekler için çamaşır deterjanı ve yumuşatıcısı kategorisinde en iyi ve doğru tercih olduğu yönünde bir algı oluşturulduğu, ancak ilgili mevzuatınca kullanılmasına izin verilmiş olan bileşenlerin zararlı olduğu izlenimi oluşturularak rakip ürünlerin kötülendiği ve benzer nitelikteki firmalar arasında haksız rekabete yol açtığı,

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, 10 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**13)**

**Dosya No: 2016/65**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr) adresli internet sitesinde, firmaya ait Youtube sayfasında ve *“Ariel Türkiye”* isimli Facebook sayfasında yayınlanan ***“Ariel Dağ Esintisi”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“Ariel Dağ Esintisi Toz Deterjan”*** isimli ürüne ilişkin 2014 yılı içerisinde muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda “Ariel” markalı deterjan ile yıkanan çarşaf ile piyasadaki “diğer kaliteli deterjan” ile yıkanan çarşafın yan yana asılı görüntülerinin yer aldığı, “Ariel” ile yıkanan çarşafın tamamen kirlerden arınmış ve bembeyaz olduğunun, buna karşılık “diğer kaliteli deterjan” ile yıkanan çarşaf üzerinde lekelerin bulunduğu ve kirlerin çıkmamış olduğunun görüldüğü, ancak söz konusu tanıtımlarda yer verilen ***“Tek yıkamada leke çıkarmada en iyi”*** iddiasına ilişkin rapor sonuçlarına göre, *“Ariel”* markalı deterjanın diğer deterjanlara göre nispeten daha iyi performans gösterdiği kanıtlanmış olsa dahi diğer kaliteli deterjanların da test edilen leke türlerine göre değişmekle beraber leke çıkarmada reklamı yapılan ürüne yakın performans gösterdiğinin anlaşıldığı, bu durumda söz konusu televizyon reklamlarında yer alan görüntüler ile piyasadaki diğer kaliteli ürünlerin leke çıkarmada hiçbir etkisi olmadığı yönünde izlenim uyandırılmasının haksız rekabet yaratıcı ve aynı zamanda tüketicileri yanıltıcı olduğu gerekçesiyleReklam Kurulu’nun 14.07.2015 tarih ve 238 sayılı toplantısında durdurma cezası, yine Reklam Kurulu’nun 08.12.2015 tarih ve 243 sayılı toplantısında idari para ve durdurma cezaları uygulanmasına karar verilmesine karşın, yaptırıma konu görsellerin firmanıza ait Youtube sayfasının 20.01.2016 tarihli görüntüsünde yer alan *“Türkiye’nin en popüler deterjanı, İstanbul kadınları diyor-Ariel”*, *“Sevdikleri deterjan, Türk kadınları dinleyin-Ariel”,* *“Büyük İstanbul Temizlik Testi-Ariel”* başlıklı videolarda ve [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr) adresli internet sitesi ile firmanıza ait *“Ariel Türkiye”* isimli Facebook sayfasında benzer videolarda yayımlanmaya devam edildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Ariel Dağ Esintisi Toz Deterjan”*** isimli ürüne ilişkin 2014 yılı içerisinde muhtelif mecralarda yayınlanan reklamlarda “Ariel” markalı deterjan ile yıkanan çarşaf ile piyasadaki “diğer kaliteli deterjan” ile yıkanan çarşafın yan yana asılı görüntülerinin yer aldığı, “Ariel” ile yıkanan çarşafın tamamen kirlerden arınmış ve bembeyaz olduğunun, buna karşılık “diğer kaliteli deterjan” ile yıkanan çarşaf üzerinde lekelerin bulunduğu ve kirlerin çıkmamış olduğunun görüldüğü, ancak söz konusu tanıtımlarda yer verilen ***“Tek yıkamada leke çıkarmada en iyi”*** iddiasına ilişkin rapor sonuçlarına göre, *“Ariel”* markalı deterjanın diğer deterjanlara göre nispeten daha iyi performans gösterdiği kanıtlanmış olsa dahi diğer kaliteli deterjanların da test edilen leke türlerine göre değişmekle beraber leke çıkarmada reklamı yapılan ürüne yakın performans gösterdiğinin anlaşıldığı, bu durumda söz konusu televizyon reklamlarında yer alan görüntüler ile piyasadaki diğer kaliteli ürünlerin leke çıkarmada hiçbir etkisi olmadığı yönünde izlenim uyandırılmasının haksız rekabet yaratıcı ve aynı zamanda tüketicileri yanıltıcı olduğu gerekçesiyleReklam Kurulu’nun 14.07.2015 tarih ve 238 sayılı toplantısında durdurma cezası, yine Reklam Kurulu’nun 08.12.2015 tarih ve 243 sayılı toplantısında idari para ve durdurma cezaları uygulanmasına karar verilmesine karşın, yaptırıma konu görsellerin firmanıza ait Youtube sayfasının 20.01.2016 tarihli görüntüsünde yer alan *“Türkiye’nin en popüler deterjanı, İstanbul kadınları diyor-Ariel”*, *“Sevdikleri deterjan, Türk kadınları dinleyin-Ariel”,* *“Büyük İstanbul Temizlik Testi-Ariel”* başlıklı videolarda ve [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr) adresli internet sitesi ile firmanıza ait *“Ariel Türkiye”* isimli Facebook sayfasında benzer videolarda yayımlanmaya devam edildiği,

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, 8 inci, 9 uncu, 10 uncu ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2015/1177**

**Şikayet Edilen: Moda Organik ve Doğal Ürünler Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.modaorganik.com adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünler ve gıda takviyelerineyönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.modaorganik.com adresli internet sitesinin 09.09.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Varis Kremi Varikolin 60 ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Varis ağrılarını ve sancılarını dindirir, rahatlatır. Şişmiş damarların küçülmesini sağlar. İçeriği; ısırgan yağı, Biberiye uçucu yağı, Limon uçucu yağı, Papatya uçucu yağı, Vazelin akışkan, Vazelin fland bulunur. Varis olan bölgeye aşağıdan yukarıya doğru tatbik edilir. Günde 2 – 3 defa kullanılabilir. Varis hastalarının bunun yanı sıra ayakta durmamaya dikkat etmeli, bol yeşillik, sebze ve meyve tüketmeli özellikle günde 2 - 3 tatlı kaşığı Arı Sütü bal polen yenmelidir”* ifadelerine, **“Shark Cartilage Krem 50ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *Romotoid Artrit, osteoartrit, yumuşak doku ve eklem problemlerinde destekleyici, kas gevşetici ve ağrıyı azaltıcı doğal tedavi Ağrı insanı en çok rahatsız eden semptomdur. Kişinin normal yaşam kalitesini devam ettirmesi açısından ağrı şiddetinin düşürülmesi son derece önem taşımaktadır. Ağrılara birebirdir.* ***Kullanılışı****: Sabah ve akşam olmak üzere ağrılı bölgeye günde 2 kez tatbik edilir. Romatizmal rahatsızlıklar zaman zaman alevlenmelerle seyrettiğinden ağrı şikayetleri azalınca Maia Shark Cartilage Kremini uygulaması bırakılmamalı, uygulamaya devam edilmelidir.* *Maia Shark Cartilage Kremi içeriğindeki etken maddeler sayesinde romatizmal rahatsızlıklara bağlı ağrı, sabah katılığı, hareket kabiliyetinin eksikliği ile karakterize sağlık problemlerinde etkilidir. Ayrıca Kas gevşetici etkisi ile bireylerin günlük hayatlarına daha konforlu devam etmesine imkan tanımaktadır”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, [www.modaorganik.com](http://www.modaorganik.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Eğriçayır Organik Lavanta Balı 450 gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal lavanta bitkisinden arılarımız ile üretilmiştir. Lavanta balımızı yaşlılık lekelerinin giderilmesi, Karaciğer hastalıkları (Hebatit B), sinir sistemi bozukluğu, boğaz ağrısı, öksürük gibi hastalıkların tedavisini destekleyici ürün olarak kullanılabilirsiniz”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bununla birlikte, [www.modaorganik.com](http://www.modaorganik.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Kibarlı Panax”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kibarlı Clavis Panax, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın izin ve onayıyla üretilmiştir. Ayrıca muhtevası Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmış olup, Sağlık Bakanlığı, üniversite laboratuvarları ve diğer kamu ve özel laboratuvarlarda defalarca denetlenmiş ve hiçbir zararlı maddeye rastlanmadığı onaylanmıştır”* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde **“ Sağlıklı Yaşam”, “Zayıflama Ürünleri”, “Kilo Aldırıcılar”, “Genel Sağlık”, “Bitkisel Kozmetik”, “Kişisel Sağlık”, “Ağız ve Diş”, “Gıda Takviyeleri”, “Organik Bal”, “El ve Ayak Bakımı”, “Leke Kremleri”, “Anne-Bebek”, “Organik Rollon”, “Saç Bakımı”, “Organik Temizlik”, “Aromatik Yağlar”, “Cinsel Sağlık”** başlıkları altında yer verilen kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.modaorganik.com adresli internet sitesinin 09.09.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Varis Kremi Varikolin 60 ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Varis ağrılarını ve sancılarını dindirir, rahatlatır. Şişmiş damarların küçülmesini sağlar. İçeriği; ısırgan yağı, Biberiye uçucu yağı, Limon uçucu yağı, Papatya uçucu yağı, Vazelin akışkan, Vazelin fland bulunur. Varis olan bölgeye aşağıdan yukarıya doğru tatbik edilir. Günde 2 – 3 defa kullanılabilir. Varis hastalarının bunun yanı sıra ayakta durmamaya dikkat etmeli, bol yeşillik, sebze ve meyve tüketmeli özellikle günde 2 - 3 tatlı kaşığı Arı Sütü bal polen yenmelidir”* ifadelerine, **“Shark Cartilage Krem 50ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *Romotoid Artrit, osteoartrit, yumuşak doku ve eklem problemlerinde destekleyici, kas gevşetici ve ağrıyı azaltıcı doğal tedavi Ağrı insanı en çok rahatsız eden semptomdur. Kişinin normal yaşam kalitesini devam ettirmesi açısından ağrı şiddetinin düşürülmesi son derece önem taşımaktadır. Ağrılara birebirdir.* ***Kullanılışı****: Sabah ve akşam olmak üzere ağrılı bölgeye günde 2 kez tatbik edilir. Romatizmal rahatsızlıklar zaman zaman alevlenmelerle seyrettiğinden ağrı şikayetleri azalınca Maia Shark Cartilage Kremini uygulaması bırakılmamalı, uygulamaya devam edilmelidir.* *Maia Shark Cartilage Kremi içeriğindeki etken maddeler sayesinde romatizmal rahatsızlıklara bağlı ağrı, sabah katılığı, hareket kabiliyetinin eksikliği ile karakterize sağlık problemlerinde etkilidir. Ayrıca Kas gevşetici etkisi ile bireylerin günlük hayatlarına daha konforlu devam etmesine imkan tanımaktadır”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, [www.modaorganik.com](http://www.modaorganik.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Eğriçayır Organik Lavanta Balı 450 gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Doğal lavanta bitkisinden arılarımız ile üretilmiştir. Lavanta balımızı yaşlılık lekelerinin giderilmesi, Karaciğer hastalıkları (Hebatit B), sinir sistemi bozukluğu, boğaz ağrısı, öksürük gibi hastalıkların tedavisini destekleyici ürün olarak kullanılabilirsiniz”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte, [www.modaorganik.com](http://www.modaorganik.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Kibarlı Panax”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kibarlı Clavis Panax, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın izin ve onayıyla üretilmiştir. Ayrıca muhtevası Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmış olup, Sağlık Bakanlığı, üniversite laboratuvarları ve diğer kamu ve özel laboratuvarlarda defalarca denetlenmiş ve hiçbir zararlı maddeye rastlanmadığı onaylanmıştır”* ifadelerinin ispata muhtaç olduğu,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde **“ Sağlıklı Yaşam”, “Zayıflama Ürünleri”, “Kilo Aldırıcılar”, “Genel Sağlık”, “Bitkisel Kozmetik”, “Kişisel Sağlık”, “Ağız ve Diş”, “Gıda Takviyeleri”, “Organik Bal”, “El ve Ayak Bakımı”, “Leke Kremleri”, “Anne-Bebek”, “Organik Rollon”, “Saç Bakımı”, “Organik Temizlik”, “Aromatik Yağlar”, “Cinsel Sağlık”** başlıkları altında yer verilen kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 5 inci ve 6 ncı maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 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 **Moda Organik ve Doğal Ürünler Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2015/1178**

**Şikayet Edilen: Yada Telekomünikasyon İnşaat ve Tekstil San. ve Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.aktarburada.net adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünler ve gıda takviyelerineyönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.aktarburada.net adresli internet sitesinin 09.09.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Varikolin Varis Kremi 50 gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Varis ağrılarını ve sancılarını dindirir, rahatlatır. Şişmiş damarların küçülmesini sağlar”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, internet sitesinde yer alan **“Çiçek Unu Macunu, Narekşisi Sinamekili Bitkisel Macun”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sinameki kalın bağırsak üzerinde etki göstererek güçlü bir müshil özelliği kazanır.**Kabızlığın giderilmesine yardımcı olur. Vücutta toksinlerin atılmasına yardımcı olur. Metabolizmanın çalışmasını hızlandırarak vücudun daha kolay yağ yakmasını, böylelikle de kilo vermeyi sağlar”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği,

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

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde **“Bal Polen Arı Sütü”, Bitkisel Bakım Yağları”, “Bitkisel Çaylar”, Bitkisel Kremler”, Bitkisel Masaj Yağları”, “Bitkisel Sabunlar”, “Bitkisel Yağlar”, “Şifalı Bitkiler”** başlıkları altında yer verilen kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.aktarburada.net adresli internet sitesinin 09.09.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Varikolin Varis Kremi 50 gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Varis ağrılarını ve sancılarını dindirir, rahatlatır. Şişmiş damarların küçülmesini sağlar”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, internet sitesinde yer alan **“Çiçek Unu Macunu, Narekşisi Sinamekili Bitkisel Macun”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sinameki kalın bağırsak üzerinde etki göstererek güçlü bir müshil özelliği kazanır.**Kabızlığın giderilmesine yardımcı olur. Vücutta toksinlerin atılmasına yardımcı olur. Metabolizmanın çalışmasını hızlandırarak vücudun daha kolay yağ yakmasını, böylelikle de kilo vermeyi sağlar”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Bununla birlikte, 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,

Bunlara ek olarak, söz konusu internet sitesinde **“Bal Polen Arı Sütü”, Bitkisel Bakım Yağları”, “Bitkisel Çaylar”, Bitkisel Kremler”, Bitkisel Masaj Yağları”, “Bitkisel Sabunlar”, “Bitkisel Yağlar”, “Şifalı Bitkiler”** başlıkları altında yer verilen kozmetik ürünlere ve gıda takviyelerine ilişkin tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda Ve Yem Kanununun 24/3 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, 26 ncı ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Yada Telekomünikasyon İnşaat ve Tekstil San. ve Dış Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2015/1357**

**Şikayet Edilen: Pusula Yayıncılık Prod. Paz. Koz. San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“FLASH TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Kırışıklık Giderici Krem”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler: *“Kırışıklık Giderici Krem”*** isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Kırışıklıklardan Kurtulun. Bu değişime sizler de hazır mısınız? Gördüklerinize inanamayacaksınız. Çok küçük bir miktar dokuna dokuna uygulayın. Sürer sürmez etkisini görmeye başlayacağız ve olacaklara inanamayacaksınız. Şu an zamanı başlatıyoruz. Bu kadar hızlı bir şekilde etki ediyor mu hadi bakalım görelim. Makyajdan önce mi sürmeliyiz, yoksa sonra mı sürmeliyiz? Ne zaman sürdüğünüzün hiçbir önemi yok. Makyajdan önce ya da sonra kullanabilirsiniz. Modelimizin gözaltlarına çok dikkat edin, neler olduğuna inanamayacaksınız. Ne görüyorsunuz, sizce de inanılmaz değil mi? Sadece 1 dakika 6 saniyede hem de. Gülümsemeniz ifadesiz olmuyor. Doğal bir görüntüye sahip oluyorsunuz. Kremin etkisi ne kadar sürüyor? 8 ila 9 saat. 8 ila 9 saat mi, inanılmaz. Bu etkiyi gösteren krem kırışıklıkları gideriyor. Bu yeni görüntünüz gerçekten inanılmaz. Sadece bayanlar değil, erkekler de bu ürüne aşık olacak. Bu kremi yüzünüzün her yerine uygulayabilirsiniz. Eşiniz ve çevrenizdeki herkes bayılacak. Bu etkiyi gösteren krem kırışıklıkları gideriyor. Reklam veren ve satıcı firma: Pusula Yayıncılık Prodüksiyon Pazarlama Reklam Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Kırışıklık Giderici Krem”*** isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Kırışıklıklardan Kurtulun. Bu değişime sizler de hazır mısınız? Gördüklerinize inanamayacaksınız. Çok küçük bir miktar dokuna dokuna uygulayın. Sürer sürmez etkisini görmeye başlayacağız ve olacaklara inanamayacaksınız. Şu an zamanı başlatıyoruz. Bu kadar hızlı bir şekilde etki ediyor mu hadi bakalım görelim. Makyajdan önce mi sürmeliyiz, yoksa sonra mı sürmeliyiz? Ne zaman sürdüğünüzün hiçbir önemi yok. Makyajdan önce ya da sonra kullanabilirsiniz. Modelimizin gözaltlarına çok dikkat edin, neler olduğuna inanamayacaksınız. Ne görüyorsunuz, sizce de inanılmaz değil mi? Sadece 1 dakika 6 saniyede hem de. Gülümsemeniz ifadesiz olmuyor. Doğal bir görüntüye sahip oluyorsunuz. Kremin etkisi ne kadar sürüyor? 8 ila 9 saat. 8 ila 9 saat mi, inanılmaz. Bu etkiyi gösteren krem kırışıklıkları gideriyor. Bu yeni görüntünüz gerçekten inanılmaz. Sadece bayanlar değil, erkekler de bu ürüne aşık olacak. Bu kremi yüzünüzün her yerine uygulayabilirsiniz. Eşiniz ve çevrenizdeki herkes bayılacak. Bu etkiyi gösteren krem kırışıklıkları gideriyor. Reklam veren ve satıcı firma: Pusula Yayıncılık Prodüksiyon Pazarlama Reklam Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.”* 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 ve 7 inci maddeleri,

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pusula Yayıncılık Prod. Paz. Koz. San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **220.220-TL (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**17)**

**Dosya No: 2015/953**

**Şikayet Edilen:** **Ayşe UZUN HASAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.eczanematik.com](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.eczanemizde.com) adresli internet sitesinin 02.07.2015 tarihli görünümünde; *" Viagra, Cialis"* gibi beşeri tıbbi ürünlerinin ve *" Bayan Azdırıcı Kahve, Geciktirici Hap, Kapsül ve Tabletler"* gibi başlıklar altında muhtelif gıda takviyelerinin sağlık beyanlarına yer verilerek tanıtım ve satışının yapıldığı; ayrıca, *" Feromon Parfüm, Geciktirici Krem"* gibi ürünlerin tanıtımı yapılırken kullanılan ifadelerin kozmetik tanımını aşan ifadeler olduğu tespit edilmiştir.

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

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**18)**

**Dosya No: 2015/955**

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

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.viagraeczanesatis.com](http://www.viagraeczanesatis.com), [www.viagranedir.gen.tr](http://www.viagranedir.gen.tr) ve [www.cialis-100mg.gen.tr](http://www.cialis-100mg.gen.tr) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.viagraeczanesatis.com](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.viagraeczanesatis.com) ve [www.viagranedir.gen.tr](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.viagranedir.gen.tr) adresli internet sitelerinin 02.07.2015 tarihli görünümlerinde; *" Viagra"*  isimli beşeri tıbbi ürünün, [www.cialis-100mg.gen.tr](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.cialis-100mg.gen.tr) adresli internet sitesinin 02.07.2015 tarihli görünümünde; *" Cialis"*  isimli beşeri tıbbi ürünün tanıtım ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde; *" Viagra, Cialis"* isimli beşeri tıbbi ürünlerin sağlık beyanlarına yer verilerek tanıtım ve satışının yapıldığı; ancak, “beşeri tıbbi ürün” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu; bu durumun da,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ejzane Medikal Oto. Rek. Gıda Bil. Hizm. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2015/1830**

**Şikayet Edilen:** **Medikal Park Sağlık Hizmetleri A. Ş. – Elazığ Şubesi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Çocuklarda sedasyon ile ağrısız konforlu diş tedavi yöntemi”***ibareliaçık hava reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11. 2015-06.12.2015, 02-08.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava reklamlarında, *“Çocuklarda Sedasyon ile Ağrısız Konforlu Diş Tedavi Yöntemi.Ağrı korkusuyla geciktirilen diş ve diş eti hastalıkları tedavisi, bir anestezi yöntemi olan 'sedasyon' ile başarıyla tamamlanıyor.Sağlıklı bir yaşam için ağız ve diş sağlığınızı ihmal etmeyin.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, diş ve diş eti hastalıklarına yönelik bir tedavi yönteminin ön plana çıkarıldığı, bu anlamda, tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işleme yönelik talep yaratılmaya çalışıldığı, bu nedenle, söz konusu tanıtımların bilgilendirme kapsamını aşarak “reklam’’ niteliğinde değerlendirildiği, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açıldığı, tüm bu durumların;

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

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

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliğinin 60 ıncı 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Medikal Park Sağlık Hizmetleri A.Ş. – Elazığ Şubesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2015/531**

**Şikayet Edilen:** **FLORANCE GÜZELLİK SALONU**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.grupanya.com/ankara/firsat/florance-form-epilasyon](http://www.grupanya.com/ankara/firsat/florance-form-epilasyon) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.grupanya.com/ankara/firsat/florance-form-epilasyon](http://www.grupanya.com/ankara/firsat/florance-form-epilasyon) adresli internet sitesinin 22.06.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Ütüleme yöntemi ile Lazer Epilasyon uygulaması”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ayrıca bu işlemlere yönelik fiyatlara da yer verildiği, kuruluşun güzellik salonu olarak faaliyet göstermesi durumunda, bu tür işlemleri uygulamaya yetkili olmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olduğu, ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun “*FLORANCE FORM ESTETİK”* olarak isimlendirildiği, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, kuruluşunuz şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu; diğer taraftan, şayet kuruluşunuz bir “güzellik salonu” olarak faaliyet göstermekte ise bu durumda da, söz konusu tanıtımlarda kuruluşunuzun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı 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 inci 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, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2015/514**

**Şikayet Edilen:** **PELAY GÜZELLİK SALONU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.pelayguzelliksalonu.com](http://www.pelayguzelliksalonu.com) adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *"Foto Epilasyon, İğneli Epilasyon, Lazer Epilasyon, Kavitasyon"* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, “*Hakkımızda*” başlığı altında;” *Personel yapısını, işini seven ve konusunda uzman bir kadro ile oluşturarak bayanların güzellik bakım ihtiyaçları olan epilasyon, cilt bakımı, zayıflama ve sir ağda işlemlerini hijyenik ve rahat bir ortamda alabileceği bir ortam oluşturmuştur. Profesyonel ve güler yüzlü bir kadro ile sunulan hizmetin, sağlıklı ve hijyenik bir ortamda, uygun fiyatla yapılmasını temel ilke olarak benimsemiştir… Hijyen, kalite ve güler yüzü bir arada sunan bir güzellik ve güzelleşme, gençleşme adresidir. Güzellik salonumuzda ıpl epilasyon, ipl epilasyon ya da lazer epilasyon olarak da adlandırılan foto epilasyon, acısız iğneli epilasyon, oksijen terapi, sir ağda, acısız sir ağda, kartuş ağda, tablet ağda, manikür pedikür, geçici simli dövme, kalıcı ve günlük makyaj, ekme kirpik, kirpik uzatma, kirpik perması, kaş boyama ve şekillendirme, el ayak bakımı, cilt bakımı, cilt bakımı ürünleri temini, vücut bakımı, zayıflama, bölgesel zayıflama, bölgesel incelme, ısı battaniyesi, yosun battaniyesi, kavitasyon cihazı uygulamaları, vibro plate, g5 masajı, tırnak süsleme, body selulit ve pasif jimnastik, tırnak süsleme, uygulamalarının yapıldığı, güzellik, estetik, bakım ve epilasyon ihtiyaclarınızın tamamını üst düzey memnuniyetle alabileceginiz, Ankara’da en nezih ve konseptli güzellik, estetik ve bakım salonudur. Sizleri de bu ayrıcalığı yaşamaya bekliyoruz…”ifadelerine yer verildiği,* Kuruluşun <http://www.grupanya.com/ankara/firsat/pelay-guzellik-kirisiklik-leke-tedavi> adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde; “*8 seanslık leke tedavisi 300 TL yerine 24,90 TL****!..*** *Pelay Güzellik Salonu'nun uzman kadrosu ve teknolojik cihazları ile farkını kısa sürede hissedeceğiniz kırışıklık giderme, kaş kaldırma ve leke tedavisi fırsatını kaçırmayın!...”*şeklinde fiyatları da verilmek suretiyle tanıtımların yapıldığı, Kuruluşun [http://www.sehirfirsati.com/deals/pelay-guzellik-9#](http://www.sehirfirsati.com/deals/pelay-guzellik-9) adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde;”***Pelay Güzellik…****Kadınlara yönelik epilasyondan zayıflamaya, makyajdan cilt bakımına kadar tüm işlemler, ileri teknolojik cihazlar ile tecrübeli ve uzman ekip ile yapılmaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği ve fiyatları da belirtilerek kampanyalar düzenlendiği ve ”kavitasyon”işleminin tanıtımın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitelerinde 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 inci 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, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2015/794**

**Şikayet Edilen:** **Tolgahan ARMAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.fehmiarmani.org](http://www.fehmiarmani.org) adresli internet sitesinin 29.01.2016 tarihli görünümünde; Ana sayfasında; *“Saç ekiminde lider marka… ARTIK DÖKÜLEN SAÇLARINIZ SORUN DEĞİL! PROFESSİONAL KADROMUZLA HİZMETİNİZDEYİZ.”,* “Hakkımızda” ve “ARMANİ KALİTE POLİTİKASI” başlıkları altında; *“1998 yılından beri yaklaşık 10.000 medikal misafirlerine saç ekimi uygulamış ve  yapmıştır. Uzun yıllara dayanan eğitimi , bilgi birikimi ve aynı sektördeki iş tecrübesiyle , müşteri odaklı doğru ve kaliteli bir hizmet vermek ve bu anlayışın benimsendiği sektörümüzde profesyonel, yaratıcı, eğitimli kadrosuyla; güzelliğe, sağlığa önem veren kozmetik ürünlerinin kullanımının yararına inanan , sağlıklı bir yaşam için tüketicilere en kısa yoldan ve doğru bir biçimde ulaşmayı hedefleyerek müşterilerimizi rahat ve huzur bulabileceği bir merkez ambiyansı oluşturmak, sürekli iyileştirme anlayışı ve kalite yönetim sistemimizin gelişmesini sağlamak temel ilkelerimizdir.”,* “DHI SAÇ EKİMİ” ve “FUE SAÇ EKİMİ” başlıkları altında; *“ Operasyonu anlattık gelelim hijyen konusuna her yerde saç ekimi yapılır mı? Yapılmaz. Hastane ortamı doktor kontrolü ve yerleşik bir kadroyla çalışılması gerekir en az operasyonu 6 kişi tarafından yapılması gerekir. Size İstanbul’dan gelen ekibe yaptıracağız söyleyen yerlerden de kaçınılması gerektiğini düşünüyorum. Gelelim hastanelere ; bir çoğu saç ekim merkezlerinden taşeron ekiple çalışıyorlar. Sorun, gelen ekipler size söyleyeceklerdir. Sizlerin çok güvendikleri hastaneler çok popüler hastaneler bunların içinde…”,*“SAÇ SİMÜLASYONU” başlığı altında bulunan linke tıklandığında ulaşılabilen [www.ankarasacsimulasyonu.com](http://www.ankarasacsimulasyonu.com) adresli internet sitesinin 29.01.2016 tarihli görünümünde; Ana sayfasında , “Saç Dövmesi” ve “Saç Simülasyonu” başlıkları altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, Ana sayfasında; *”Ankara'da Saç simülasyonu ve saç ekimi alanında hizmet veren merkezimiz 1999'da saç ekimine başlamış ve 2003 yılında Fue yöntemiyle saç ekimine başlayarak bu tekniği Türkiye'de ilk kullanan merkezlerden biri olmuştur. Saç simülasyonu alanında üstün teknoloji ve deneyimli personelimizle sizlere hizmet vermenin mutluluğunu yaşıyoruz...**SAÇ SİMÜLASYONU NEDİR?, SAÇ SİMÜLASYONU FİYATLARI VE UYGULAMA ALANLARI...Saç ekimi alanında 1999 yılından beri 10.000'in üzerinde kişiye hizmet veren merkezimiz saç simülasyonu alanında da en iyi ekipmanlar ve deneyimli personelleriyle başarılarını devam ettirmektedir. Ankara'da saç simülasyonu bir diğer adıyla da saç dövmesi uygulamasını ilk olarak gerçekleştiren ekibimize her türlü sorularınız için danışabilir ücretsiz ön muayene için hastanemizi ziyaret edebilirsiniz...”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2015/637**

**Şikayet Edilen:** **Nil-Nil Güzellik Est. Lazer Epl. Merkezi Bilmed İnş. Paz. Tic. Ltd. Şti. (Özel Nills Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.facebook.com/nillspoliklinik/](http://www.facebook.com/nillspoliklinik/) adresli internet sitesinin 27.01.2016 tarihli görünümünde;04.01.2016 tarihli paylaşımında; *“Botoks, alın bölgesindeki yatay çizgilerde, iki kaş arasında yer alan ve çatık kaş görünümüne yol açan çizgilerde, burun ucunun ve dudak köşelerinin kaldırılmasında, burun ve ağız çevresinde, migren ve aşırı terleme tedavisinde kullanılan hem estetik hem de tedavi amaçlı sıkça tercih edilen bir uygulamadır. Diğer anti-aging tedaviler ile kombine edilebilir. Daha estetik ve genç bir görünüme kavuşmak için bizimle iletişime geçebilirsiniz.0312 466 39 01…GÜZELLİĞİNİZE GÜZELLİK KATALIM…”,*04.01.2016 tarihli paylaşımında; *“GÜZELLİĞİNİZE GÜZELLİK KATALIM”,*

29.12.2015 tarihli paylaşımında; *“SAĞLIKLI GÜZELLİĞİ YAŞATIYORUZ…Nills Güzellik Polikliniği titiz çalışmaları, kişiye özel hizmetleri, kendini devamlı geliştiren ve yenileyen, kalıcı çözümler üreten ekibi, plastik rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanı Op.Dr Muharrem DEMİROĞULLARI ile birlikte 20 yıllık tecrübesiyle Ankara Tunalı Hilmi’de hijyen ve düzenden hiç ödün vermeden bay ve bayanlara hizmet veriyor…Yazın yapılabilme imkanı olan ve hastanın aynı gün hayatına devam edebilmesine izin veren genç ve güzel bir cilt için özel tedavi yöntemi Infini Altın İğne uygulamasını başarılı bir şekilde gerçekleştiren Op.Dr Muharrem DEMİROĞULLARI anlatıyor…”,*25.12.2015 tarihli paylaşımında; *“Zamanla birlikte genetik ve dış faktörlerin etkisi ile cildimizde birtakım deformeler meydana gelir. Yüz hatları belirginliğini kaybeder ve kırışıklıklar oluşur. Yüz ve dudak dolgusu ile yüz hatları belirgin hale getilirip, simetri bozuklukları ve çukurluklar giderilirken, ön plana çıkarılmak istenen elmacık kemikleri ve dudaklar gibi bölgeler vurgulanabilir. Daha estetik ve genç bir görünüme kavuşmak için bizimle iletişime geçebilirsiniz…”,*15.12.2015 tarihli paylaşımında; *“Lazer epilasyon, vücudun çeşitli bölgelerinde oluşan tüylerden kalıcı olarak kurtulmanız için çeşitli dalga boylarına ve enerjilere sahip lazer cihazları ile uygulanır. Uygulama yapılacak kişinin ten rengi ve kıl tipi işlem yapılacak cihaz türünü belirler. Kliniğimizde kullandığımız sistemler; Nd:Yag Lazer, Alexandrite Lazer, Diode Lazer,IPL..Detaylı bilgi ve randevu için: 0312 466 39 01…www.nillspoliklinigi.com…”,*28.11.2015 tarihli paylaşımınızda; *“Plastik Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi Uzmanı Op. Dr. Muharrem Demiroğulları ve Özel Nills Polikliniği uzman kadrosuyla güzelliğinize güzellik katmaya devam ediyor…Ameliyatsız Estetik & Lazer Uygulamaları…”,*18.10.2015 tarihli paylaşımında; *” Yaşlanma belirtileri güneşe maruz kalma, genetik ve çevresel sebepler ile zaman içerisinde ortaya çıkmaya başlar. Cilt dolgunluğunu yitirir ve kırışıklıklar oluşur. Yüz ve dudak dolgusu ile enjekte edilebilir dolgu maddeleri ince dudakları dolgunlaştırır, belirgin olmayan konturları belirgin duruma getirir, yüzdeki kırışıklıkları ve çizgileri yumuşatır, girintili yara izlerini düzeltir. Daha genç ve estetik bir görünüme sahip olmak istiyorsanız bizimle iletişime geçebilirsiniz…”,*18.10.2015 tarihli paylaşımında; *“Nills Polikliniği… Botoks ile zamanı durdurun…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nil-Nil Güzellik Est. Lazer Epl. Merkezi Bilmed İnş. Paz. Tic. Ltd. Şti. (Özel Nills Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2015/520**

**Şikayet Edilen:** **Fulya TEZEL**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.drfulyatezel.com](http://www.drfulyatezel.com) adresli internet sitesinin 08.02.2016 tarihli görünümünde; “Merak Ettikleriniz” başlığı altında hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, “Hakkımızda” başlığı altında; “…*Dermatoloji alanında ihtisas yapan* ***Dr. Fulya Tezel*** *Ankara’daki dermatoloji kliniğinde profesyonel ve modern çözümler ile cildinizde kusursuz görünümü yakalayabilmenize yardımcı oluyor.”,* “Akne Tedavisi” başlığı altında; *”… Ankara sivilce tedavisi merkezi olarak tercih edeceğiniz Dr.Fulya Tezel, bir çok kozmetik ve sağlık sorununuzun yanı sıra akne tedavisinde de hizmet vermektedir. Burada uygulanan lazer tedavisi ile aknelerinizden kalıcı olarak kurtulabilirsiniz.”,* “Çatlak Tedavisi” başlığı altında; *“…Vücut çatlaklarıyla başa çıkma konusunda bugün birçok tedavi merkezi seçeneğine sahipsiniz. Özellikle Ankara çatlak tedavisi alanında başarısını ortaya koyan bir uzman ekibe, Dr. Fulya Tezel Muayenehanesi ev sahipliği yapıyor. Kendi alanında ne derece başarılı olduğunu ortaya koyan uzman ekip sayesinde çatlak tedavisi sonrasında beklediğiniz sonuçlara eriştiğinizi görebilirsiniz. En son teknolojik cihazların kullanıldığı ve en yeni yöntemlerin uygulandığı bu tedavi merkezi uzman hekim kadrosu ile güven duyabileceğiniz noktaların başında geliyor*.”, “Dolgu Tedavisi” başlığı altında; *“…Ankara kırışıklık tedavisi dolgu uygulama konusunda uzman ekibiyle hizmet veren Dr. Fulya Tezel tüm kırışıklık tedavisi ve dolgu uygulamalarını yüksek başaralı oranıyla gerçekleştirilmektedir… Dolgu tedavisinde, uygulama yapılacak cildin kalınlığı, kırışıklığı, bölgedeki derinliği ve uygulanan enjeksiyon tekniği, uygulama yapan uzmanın yeteneği, tecrübesi, kullanılan teknolojinin gelişmişliği, başarıyı etkileyen faktörlerdir. En gelişmiş teknolojik cihazlar ve en güvenli malzemeleri kullanan Dr. Fulya Tezel tüm dolgu uygulamalarında başarılı hizmetler vermektedir…”,* “Leke Tedavisi” başlığı altında; *“…Leke tedavisinde esas üzerinde durulması gereken husus, lezyonlara yani lekelere rengi veren melanin parçacıklarıdır. Bu parçacıkların üzerine gidilmesi, tedavi yönteminin ana hatlarını oluşturur. Tedavide öncelikle, lekelerin deri üzerinde mi yoksa daha derin bir tabakada mı olduğu tespit edilmelidir. Ankara Leke Tedavisinde dermatolog doktor Fulya Tezel başarılı uygulamalar gerçekleştirmektedir.”,* *“*Prp Ankara*”* başlığı altında*; “Ankara Platelet Rich Plazma uygulaması işlemenin yapıldığı Dr. Fulya Tezel , PRP uygulamasını başarıyla gerçekleştiren bir merkezdir. Yeni, farklı ve değişik bir uygulama olan Platelet Rich Plazma, cilt hastalıklarının yanı sıra, saç dökülmelerinde de aktif olarak rol alan bir uygulamadır. Bu uygulamanın başarılı bir şekilde sonuç vermesi, bu gibi sorunlara sahip olan insanlara umut olmuştur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**25)**

**Dosya No: 2015/1596**

**Şikayet Edilen: Aypelin Sağlık Hizmetleri San. ve Tic. Ltd. Şti. (Özel Dental Park Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2015, 10.12.2015,15.12.2015, 14.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede Özel Dental Park Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi tarafından [www.umitkoydis.com.tr](http://www.umitkoydis.com.tr), [www.ankaradisacil.com](http://www.ankaradisacil.com), [www.ozeldentalank.com.tr](http://www.ozeldentalank.com.tr) ve [www.facebook.com](http://www.facebook.com)/umitkoydis adresli internet sitelerinde talep yaratıcı biçimde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.umitkoydis.com.tr](http://www.umitkoydis.com.tr) adresli internet sitesinin 14.12.2015 tarihli görünümünde;

“Hakkımızda” bölümünde; *“2013 aralık ayı itibariyle hizmete açılan Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi hasta memnuniyetini ve hastaların haklarını ön planda tutarak güler yüzle topluma en iyi şekilde hizmet vermeyi ilke edinmiştir. Merkezimiz 2013 Aralık ayı itibariyle Pedodonti, Ağız ve Çene Cerrahisi, Anesteziyoloji, Ortodonti, Oral İmplantoloji, Endodonti, Periodontoloji alanlarında hizmet vermeye başlamıştır. Ulaşım kolaylığı, sakin konumu ve ekibimizin güler yüzlü sıcak karşılaması ile huzurlu bir şekilde tedaviler gerçekleştirilecektir*.” “Misyonumuz” bölümünde; *“Diş sağlığı konusunda hastaları bilgilendirmek, düzenli ağız bakımı ve kontrollerin yapılması konusunda duyarlı hale getirmek, Hastaların diş bakımlarının devamlılığını sağlamak düşüncesiyle hastalara randevularını hatırlatmak, En son teknolojiyi ve gelişmeleri takip ederek en iyi ve steril şartlarda çalışmak, Doktor ve personelimizin güler yüzlü ve sevecen şekilde çalışmalarını sağlayarak huzurlu bir tedavi alanı oluşturmak, Merkezimizin temizliği ve sterilizasyonuna en üst seviyede önem vermek.”* “Pedodonti” bölümünde; *“…Bu bölümde çocuklara yapılacak tedavilerde, çocuklarda oluşan korku ve travmayı yaşatmamak adına gerektiğinde sedasyon ve genel anestezi de sıklıkla kullandığımız güvenli bir tedavi yöntemidir.”* “Oral Diagnoz ve Radyoloji” bölümünde; *“…Radyoloji alanındaki gelişmelere paralel olarak son teknoloji Panoramik film ve RVG radyografik görüntüleme sistemleri ile kliniğimizde hizmet verilmektedir.”*,“İmplant nedir?” Bölümünde; *“…Hastalara yapmış olduğumuz implant cerrahisi işlemleri sonrasında hastalarımızın toplum içindeki konumları da göz önünde bulundurularak hareketli ve sabit geçici protezler yapılarak bu süreyi dişsiz geçirmeleri önlenmektedir. Hastalara uygulanan implant cerrahisi sonrasında hastaların ağız yapısına göre gerektiğinde sabit veya hareketli immediate (geçici) protezler yapılabilmektedir.”* ifadelerine yer verildiği,

[www.ozeldentalank.com.tr](http://www.ozeldentalank.com.tr) adresli internet sitesinin 15.12.2015 tarihli görünümünde;

“Hakkımızda” bölümünde; *“2013 aralık ayı itibariyle hizmete açılan Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi hasta memnuniyetini ve hastaların haklarını ön planda tutarak güler yüzle topluma en iyi şekilde hizmet vermeyi ilke edinmiştir. Merkezimiz 2013 Aralık ayı itibariyle Pedodonti, Ağız ve Çene Cerrahisi, Anesteziyoloji, Ortodonti, Oral İmplantoloji, Endodonti, Periodontoloji alanlarında hizmet vermeye başlamıştır. Ulaşım kolaylığı, sakin konumu ve ekibimizin güler yüzlü sıcak karşılaması ile huzurlu bir şekilde tedaviler gerçekleştirilecektir”*, “Misyonumuz” bölümünde; *“Amacımız siz hastaların ağız ve diş sağlığına hijyenin, sterilizasyon ve dezenfeksiyon işlemlerinin en üst düzeyde tutularak hastaları en ideal koşullarda tedavi etmektir.”* İfadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan, “Periodontoloji” bölümünde; hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

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

“Hakkımızda” bölümünde; *“Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Ankara Ümitköy’de 2013 yılından itibaren, ağız ve diş sağlığının tüm branşları ile hizmet vermeye başlamıştır. Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezinin ilkesi, Ağız ve Diş Sağlığı konusunda gereken hizmeti hastalarımıza bünyesinde bulundurduğu Tedavi, Ortodonti, Oral Diagnoz, Estetik Diş Hekimliği, Endodonti, Dental Radyoloji, Ağız Diş ve Çene Cerrahisi, Pedodonti, İmplantoloji ve Acil Diş Hekimliği branşlarında hizmet vermektedir. Kendi alanımızda sahip olduğumuz yetkin ve deneyimli hekim personelimizle Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi olarak, teknolojiyi ve diş hekimliğindeki tüm gelişmeleri takip etmeyi hastalarımıza karşı bir yükümlülüğümüz olarak kabul etmekteyiz. Bu doğrultuda yazılı kaynaklardan yararlanmanın yanı sıra fiilen bilimsel kongrelere de iştirak etmekteyiz. Kliniğimizde sterilizasyona büyük önem vermekte ve sizlere sağlanabilecek maksimum hijyenik ortamı sunmanın gayretindeyiz. Sterilizasyonun çağdaş bir sağlık merkezinin en önemli unsuru olduğu bilinciyle hareket eden kliniğimizde hastalarımızı, hekimlerimizi ve yardımcı personelimizi çapraz enfeksiyon riskine karşı korumak için her türlü önlem alınarak en üst düzeyde sterilizasyon sağlanmaktadır. Kliniğimizde koruyucu hekimlik, hastaların ağız ve diş sağlığı konusunda bilinçlendirilmesi, var olan sağlıklı dişlerin korunması, ağız hijyeninin sağlanması ve bu konuda her türlü takibin yapılması tedaviden daha önceliklidir.”* ,“Misyonumuz” bölümünde; *“Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi olarak, ağız ve diş sağlığı tedavilerini güler yüzlü, profesyonel, yüksek iletişim gücüne sahip kadromuzla, tüm uzmanlık dallarında, son teknolojik imkanları kullanarak ve mükemmelliği hedefleyerek tüm ihtiyaç sahiplerine sunabilmektir.”* “Vizyonumuz” bölümünde; *“Ağız ve diş sağlığı sektöründe ülkemizin içinde bulunduğu şartları göz önünde bulundurarak hastalarımıza genel sağlığımızı da tamamlayıcı tüm diş tedavi hizmetlerini en iyi ve en ekonomik şekilde sunmak.”*, “Kalite Politikası” bölümünde; *“Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi’nde – Ağız ve diş sağlığı hizmetlerini en üst standartları sağlayarak, – Hasta haklarını gözeten bir merkez olarak, – Hasta memnuniyetini her zaman ön planda tutarak, – Ağız ve diş sağlığı hizmetini, en son teknolojiyi kullanarak, – Çevre, iş sağlığı ve güvenliği bilinci ile ağız-diş sağlığı alanında örnek bir merkez olmayı hedefleyerek çalışırız.”* ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte, “Diş eti çekilmesi nedir?” ve “Ağız Kanserleri” bölümlerinde toplumu endişeye sevk edici biçimde; hastalık görüntülerine ve “Diş Beyazlatma İşlemi” bölümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

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

*“2013 Aralık ayı itibariyle hizmete açılan Özel Dental Ank Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi hasta memnuniyetini ve hastaların haklarını ön planda tutarak güler yüzle topluma en iyi şekilde hizmet vermeyi ilke edinmiştir.”* ifadelerine yer verildiği,

Ayrıca, toplumu endişeye sevk edici biçimde; hastalık görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine 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 **Aypelin Sağlık Hizmetleri 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.

**26)**

**Dosya No: 2015/1599**

**Şikayet Edilen: Özel Öncü Ankara Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Medikal Tic. Ltd. Şti. (Megadent Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2016, 02.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede Megaden**t** Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi tarafından megadent.com.tr ve [www.google.com](http://www.google.com) adresli internet sitelerinde talep yaratıcı biçimde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:**

http://megadent.com.tr adresli internet sitesinin 07.01.2016 tarihli görünümünde;

Ana sayfada; *“Estetik dişler, güzel gülüşler…* *Megadent Ağız ve Diş Sağlığı alanındaki oluşumunu geleceğe dönük hedefleri ile sürdürmeye devam etmektedir.”* ifadelerine yer verildiği,

 www.google.com adresli internet sitesinde; megadent.com.tr adresli internet sitesine ilişkin olarak;

*“Megadent / Diş Sağlığının En Keyifli Adresi”*  ifadesine 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 **Özel Öncü Ankara Ağız ve Diş Sağlığı Hizmetleri Medikal Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2015/1254**

**Şikayet Edilen: Dr. Serkan AYGIN**

**Şikayet Edilen Reklam: www.drserkanaygin.com, serkanaygin.com, www.facebook.com ve www.twitter.com** adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsınıza ait **www.drserkanaygin.com ve serkanaygin.com** adresli internet sitelerinin **10.09.2015** tarihli görünümünde;

 Ana sayfada, *“Kısaca saç ekimi? Kliniğimiz tarafından 1995 yılından bu yana edindiğimiz bilgiler doğrultusunda geliştirdiğimiz doğal saç nakli hizmetimiz…*

*Saçınız ne kadar sağlıklı? Saç sağlığı alnında yıllardır doktorumuz tarafından uygulanan saç mezoterapisi saçı kökünden beslemektedir…”* ifadelerine yer verildiği,

 “Hakkında” başlığı altında, “*DR Serkan AYGIN gelişen tekniklerin takiplerini araştırarak, binlerce hasta tecrübesi ve deneyimi ile çalışmalarına devam etmektedir. Dr. Serkan AYGIN mini-micro grefting ve foliküler ünite ekstraksiyonu (FUE) teknikleri ile ismini duyurmuştur. Yoğun yurt içi hasta potansiyeline sahip olduğu gibi, yurt dışı hasta potansiyeli ile de ismini geniş kitlelere duyurmakta, koşulsuz hasta memnuniyeti ve yüksek operasyon kalitesi ile faaliyet gösterme çabasını sürdürmektedir.*

*Doktor Serkan AYGIN , ülkemiz dışında, Birleşik Arap Emirlikleri, Kuveyt, Katar, Suudi Arabistan, İtalya, İsviçre, Almanya, Lübnan, Yunanistan, Bahreyn, Umman, İngiltere, İsveç, Hollanda, Ürdün ve Irak gibi ülkelerde de çok sayıda hasta potansiyeline sahip bir doktor olarak tanınmaktadır.*

*Kliniğimizde saç ekimi operasyonu cerrahi işlemin uygulanmadığı Fue tekniği ile gerçekleştirmektedir.*

*Sadece saç ekimi ve saç sağlığı alanında 20 yıldan fazla deneyim.”* şeklinde ifadelerle şahsınızı ve muayenehanenizi övücü nitelikte 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,

“Prp Destekli Saç Ekimi” başlığı altında, “*Dr. Serkan Aygın Clinikte, uygulanan saç ekimi işlemlerinde yüksek sayıda saç kökü miktarlarının nakledilmesi, tek seansta memnuniyet verici sonuçlar ortaya çıkması, özellikle işlem sonrasında kişilerin kısa sürede güncel yaşamlarına hızla dönebilme konforuna sahip olması sebebi ile cliniğimizde yalnızca FUE ile saç ekimi gerçekleşmektedir*” talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

“Saç Ekimi Nedir, Neden Yapılır” başlığı altında, “*Saçların seyrek olması veya hiç olmaması ise kişilerin kendine güvenlerini etkilemekte, ve fiziksel olumsuzluklardan çok, psikolojik sorunlar yaratarak, kişinin güven kaybı yaşamasına neden olmaktadır. Saç ekimi, günümüzde kişinin saç problemini tamamen yok eden bir yöntem olarak uygulanmaktadır”* şeklinde saç ekimi işlemini övücü ifadelere yer verildiği,

**www.facebook.com** ve **www.twitter.com** adresli sosyal paylaşım sitelerinde hasta öncesi-sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2015/1255**

**Şikayet Edilen: Murat KÜÇÜKTAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam: www.drmuratkucuktas.com, sacekimibursa.com ve www.facebook.com/sacekimibursaa** adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar**.**

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsınıza ait **www.drmuratkucuktas.com** adresli internet sitesinde “Ana Sayfa” başlığı altında yer alan, *“Saç Ekimi (Hair Transplantations): Doruk Saç Ekim Merkezi’ nde Uzman Dr Murat KÜÇÜKTAŞ ve beraberindeki profesyonel ekibi eşliğinde FUE (foliküler ünite ekstraksiyonu) ve FUT (foliküler ünite transplantasyonu) yöntemleriyle saç tedavileri güncel teknik bilgiler ışığında başarıyla uygulanmaktadır”* şeklinde şahsınızı ve muayenehanenizi övücü ve tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik talep yaratıcı ifadelere yer verildiği,

**sacekimibursa.com** adresli internet sitelerinde yer alan “*öncesi-sonrası”* başlığı ile yapılan yönlendirme sonucu **www.facebook.com/sacekimibursaa** adresli sosyal paylaşım sitesinde, hastaların tıbbi işlem öncesi ve sonrası görüntülerine ve videolarına yer verildiği 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 24 üncü maddesi,

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

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

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

- Ticari reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/ç, 5/ğ, 5/h, 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 **Murat KÜÇÜKTAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**29)**

**Dosya No: 2015/58**

**Şikayet Edilen: Cengiz KAYA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.orjinallida.org](http://www.orjinallida.org) adresli internet sitesinde yer alan ***“Lida Plus”*** ve ***“Rx1”*** adlı ürünlere ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.orjinallida.org](http://www.orjinallida.org) adresli internet sitesinin 20.02.2015 tarihli görünümünde; **“*Lida Plus:… Lida Plus tamamen doğal içeriği ile rahatlıkla kullanabileceğiniz bir zayıflama hapıdır. Etkisi çoğaltılmış içeriği ile sizin tahminlerinizden çok daha kısa bir zaman da kilo vermenizi sağlayacaktır. Kilo vermek hiç kimsenin kaderi olamaz. Bunu kader olmaktan çıkartmak artık sizin elinizde olacak. Evet, belki diyet yapma konusunda yetersizsiniz ya da daha da kötüsü, iştahınız çok açık ve kapatamıyorsunuz. Lida Plus sayesinde tüm bu sorunlarınız bir anda çözülecek. Nasıl mı? Bu ilaç öncelikle iştahınızı kapatacağı için isteseniz de çok fazla yemek yiyemeyeceksiniz. Yani otomatik olarak zaten iştahınız kapanmış olacak. İştahı kapanan bir insanın da zaten diyet yapması çokta önemli değildir. İştahı kapandığı için zaten otomatik olarak diyet yapma moduna geçmiş durumda olacaktır… Rx1 Zayıflama Hapı: …Bu karışımda amaç; metabolizmayı hızlandırmak, bunu yaparken sürekli tokluk hissi vermek ve yağ moleküllerinin hızla yakılmasına yardımcı olmaktadır. Sizlere şimdi RX1 zayıflama hapının etkilerini anlatacağız; Metabolizmayı hızlandırır: bu kapsüller, oturduğunuz yerde kilo vermenizi sağlamak amacıyla metabolizmayı hızlandırır ve alınan tüm besinlerin hemen sindirilip boşaltılmasını sağlamaktadır. Bu sayede vücutta fazla besin emilimi engellenmiş ve sadece vücudun ihtiyacı olacak kadar besinin alınması sağlanmıştır. Tokluk hissi verir: RX1 kapsüller ile insanlar hızla yağlarının eridiğini görmektedirler. İçinde bulunan bitkisel ürünler sayesinde sürekli tok hissettirir. Normal şartlarda iki üç saatte bir acıkan bir kişi, RX1 sayesinde açlık hormonlarının salgılanmasının engellenmesiyle birlikte gün içerisinde sürekli tok hissedecek ve yemek yeme eğilimini kaybedecektir. rx1-kadinlar-kulubuYağ moleküllerinin yakılmasına yardımcı olur: normal bir insanda yağ molekülü sayısı doğduğunda ne ise ölünce de aynı sayıda olacaktır. Ancak alınan kilolar sonrasında bu yağ moleküllerinin sayısı değil büyüklükleri değişecek ve kötü bir görüntü ortaya çıkaracaktır. RX1 zayıflama hapı kadınlar kulübü gibi birçok platformda adından oldukça fazla söz ettirmiş ve işe yaradığı ispat edilmiştir. Bu kapsüllerle ilgili daha detaylı bilgi edinmek için RX1 zayıflama hapı kadınlar kulübü yorumlarını okumasınız yeterli olacaktır… Kullanıcı yorumları:…* P*eki, kullanıcılar ne düşünüyor? Kübra “ Daha ilk günden iştahımın kesildiğini hissettim. O zamandan beri sadece uykusuzluk problemi yaşıyorum ama gün içinde oldukça zindeyim.” Merve “ Tek yaptığım kapsülü mideye indirmek ve harika sonuçlar almaya devam etmek.” Arda “ Sabah kalkıyorum bir adet zayıflama kapsülü yutuyorum biraz vakit geçtikten sonra kahvaltımı tıka basa yiyorum diyetsiz rejimsiz…” Duygu “ 2 yıl önce lida zayıflama hapı kullandım 1 ayda 11 kilo verdim baya korka korka kullandım çünkü sabah kahvaltısından başka öğün yiyemiyordum 1 ayın sonunda doktora tahlil verdim sonuçlarım temiz çıkınca şoka girdim ideal kilomda olmamış olsam tekrar kullanırım, hiç şüphe etmeden. Ekrem, “ 103 kilodan 84 kiloya düştüm ben dahi kimse inanamadı 3.kutudayım ağız kuruluğu dışında hiç bir yan etkisi olmadı. Gelmiş gelecek en iyi zayıflama kapsülü.” Sezen, “ Ağız kuruluğu dışında her şey harika, iştahım kesildi, fazla yediğim zamanda kusuyorum rüya gibi istediğim elbisenin içine girebileceğim.” Hakan, “ 10 gün içinde 91 kilodan 86 kiloya düştüm harikulade bir ürün. Çekinmeden herkese tavsiye edeceğim bir ürün. Gençliğime geri dönüyorum sanki. Tabi ki lida zayıflama hapı sayesinde! Üretenlere sonsuz teşekkürler!” Handan, “ 1 ay önce kullanmaya başladım hâla kullanıyorum. Sonuçlar mükemmel sadece biraz ağız kuruluğu yapıyor. Haftaya parti var beni tanımayacaklar.”*** 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 insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

-Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d ve 5/e 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, 42/2 ve 42/5-b maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**30)**

**Dosya No: 2015/360**

**Şikayet Edilen: Emine KOCA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ematoxsitesi.com](http://www.ematoxsitesi.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Ematox Colon Cleansing”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ematoxsitesi.com](http://www.ematoxsitesi.com) adresli internet sitesinin 04.03.2015 tarihli görünümünde; ***“İç vücut temizliğini hemen yap… Spor ve diyete rağmen kilo veremiyor musun? Sık sık yeme isteği hissediyor musun? Karın bölgesinde bir şişkinlik hissediyor musun? Sürekli gaz ve kabızlık problemi yaşıyor musun? Ematox Colon Cleansing Bağırsak Temizliği nedir? Vücudunuzda olmaması gereken kirli atıklar ne yazık ki zamanla vücudumuzda birikir ve birçok rahatsızlık yaşamamıza neden olur. Sık sık hastalığa yakalanmamızın nedeni bile çoğu zaman vücudumuzda bulunan toksin ve zehirli maddelerdir. Bu maddelerin en yoğun bulunduğu nokta bağırsaklarımızdır. Bağırsaklarımızda 15 kiloya kadar atık madde birikebilmektedir… Ancak zamanla yaşadığımız rahatsızlıkların temel nedeni bu zararlı maddelerin bir kısmının her zaman bağırsaklarımızda kalmaya devam etmesidir… Elimizi ve yüzümüzü yıkadığımızda veya ılık duş aldığımızda nasıl temizlenmiş hissediyorsa, iç vücut temizliği yaparak da büyük bir ferahlık hissedeceğiz. Daha pozitif ve daha sağlıklı bir yaşam için şimdi Ematoxla… Antik Mısır’dan günümüze gelen sır! Tarihi milattan önce 1500 yılına kadar uzanan “ebers papyrus” reçetelerinde, “Artemisia absinthium” bitkisinin antik Mısır çağında halk arasında yaygın olarak kullanıldığı ve çeşitli özelliklerinden de faydalanıldığı görülmüştür. Avusturalı araştırmacı Winkler- Payer Patricia antik Mısır dönemindeki tedavi yöntemleri konusunda yaptığı araştırmalarda bu konuları derinlemesine incelemiştir… Ematox ile yapılan sağlıklı ve düzenli bağırsak temizliği daha kolay kilo vermeye ve şişkinlikleri yok ederek anında gözlemlenebilecek daha düz bir karına sahip olmanızı sağlar… Farmakolog Pınar Alacacı toksin birikmesi ile kilo alma ilişkisini anlatıyor. Birçok kez diyet yaptınız, çeşitli yöntemler denediniz ve hatta çok iyi bilinen kilo kontrol ilaçları kullandınız. Fakat gene de sonuç alamadınız. Neden? Çünkü tüm bunları yapmadan önce asıl yapmanız gereken iç vücut temizliğini yapmanız gerekliydi. Hangi zayıflama yöntemini denemiş olursanız olun vücudunuza yerleşmiş zaralı maddelerden arınmanız kilo kontrolünde etkili rol oynar… Yıldızların yeni yöntemi. Colon Cleansing uzun yıllardan beri Hollywood ve dünyaca ünlü müzik yıldızlarının tercih ettiği yöntemlerin başında gelmektedir. Ünlü yıldız Kim Kardashian formunu colon cleansing ile koruduğunu Twittter’dan tüm takipçilerine duyurdu. Amerikalı ünlü sunucu Oprah Winfrey colon cleansing ile nasıl başarıya ulaştığını bloğunda paylaştı… Kullanıcıların ematox ile tanışma hikayesi. Çiğdem Çelik- Doğal bir yöntem araştırırken ematox’u buldum ve kullanım talimatlarına uygun olarak başlangıç paketini kullandım. Şişkinlik ve kabızlık sorunlarından kurtuldum. Üstelik düzenli kilo ermeye başladım… Ali Demirci- Doktorumun tavsiyesi üzerine Ematox’u kullandım. Parazitlerin yeniden yerleşmesini engellemek için düzenli olarak Ematox’u kullanıyorum. Açlık ve ağız kokusu sorunumu yendim, artık çok rahat ve temiz hissediyorum.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**31)**

**Dosya No: 2015/696**

**Şikayet Edilen: Emine KOCA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.fatblocksitesi.blogspot.com](http://www.fatblocksitesi.blogspot.com) adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde; ***“Fat-Block gıdalarla birlikte alınan aşırı yağları yüksek oranda tutarak kilo vermenize yardımcı olur. Ayrıca bu sayede kolesterolü düşürmeye de yardımcıdır… Etkinliği Prodigest laboratuvarlarında kanıtlanan Fat-Block yemeklerle alınan yağların %40’a kadarını tutar ve vücuttan atar. Bu şekilde kilo vermenize destek olur… Sağlık Bakanlığı izni ile… Kayseri’den Ayfer Solum verdiği kilolar sayesinde istediği bedene düşmeyi başardı… Basen ve kalçalardaki yağlanmalar, Bölgesel göbek yağlanmaları, Belde aşırı kilo alımı… Fat-Block sağlık Bakanlığı izni ile satışa sunulmuş benzersiz zayıflama ürünüdür. Gıdalarla alınan yağların emilmeden %40 kadarını atar… Dr. Aytuğ Kolankaya anlatıyor.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan ürünün obezite ve ilintili hastalıkları önleme endikasyonu ile piyasaya sunulduğu, ancak Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, ürünün etki mekanizması ile ilgili çelişki ifadelerin varlığı, etki mekanizmasının fiziksel olduğuna dair bilgiler ve obezite ve ilintili hastalıkları önleme açısından destekleyici yayınların yetersiz olması nedenleriyle **“*güvensiz”***olarak kabul edilen ilgili ürünün **“*Tıbbi Cihazlar Mevzuatları kapsamında değerlendirilemeyeceği”*** kararına varılarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası(TİTUBB)’nda yer alan tıbbi cihaz kaydının iptal edildiği, dolayısıyla **gıda takviyesi olarak değerlendirilen** ilgili ürün tanıtımlarında yer alan endikasyon belirten ifadelerin yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**32)**

**Dosya No: 2015/573**

**Şikayet Edilen: İlyas TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.lidasatisi.com](http://www.lidasatisi.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“Lida Zayıflama Hapı”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.lidasatisi.com](http://www.lidasatisi.com) adresli internet sitesinin 21.04.2015 tarihli görünümünde; ***“Aç kalmayı gideren ve vücutta yağların birikmesini önleyen besin takviyesidir. Lida yosun kapsülünü 45 günlük kullanımda 6 ile 14 arasında kilo verimine rastlanmıştır. Zayıflama etkisi metabolizmanın hızına göre değişmektedir… Lida kullanıcılarında 45 gün içerisinde 6 ile 14 arasında kilo verdiği görülmektedir. Bu aşamada Amerika ve ülkemizde en çok tercih edilen ürün olmasına şaşırmamamız gerekir. Tavsiye edilen ölçülerde kullanım sonucunda günlük iştahınızı keserek zayıflamanıza yardımcı olur… Şişmanlık kronik hastalıklardan kaynaklanabileceği gibi genetik olarak da görülebilmektedir. Bu esnada birçok yapılabilecek***[***diyet***](http://www.lidasatisi.com/tag/diyet/)***spor v.b. çözümler vardır. Ama en etkilisi aşırı yemenizi azaltmaktır. Bu esnada Lida size yardımcı olarak zayıflamanıza yardımcı olur… Lida hakkında medyada yapılan anketler sonucunda bireylerin %67′si sağlığın korunduğu, %66′sı hastalıkların önlendiği, %53′ü ağırlık kontrolünün sağlandığı, %45′i yaşam kalitesini yükselttiği şeklinde görüş bildirmişti… Lida, içeriğindeki 9 çeşit bitki ekstresi ile tok tutucu ve yeme alışkanlığını düzenleyebilen aynı zamanda su tüketimi ile birlikte vücutta stoklanmış yağların parçalanılarak yakılmasını sağlayan mucize bir üründür… Takviyenin etkisi, kullanıcıların kilo fazlası ve metabolizma hareketlerine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Ürün, aylık 4 – 12 kilo arasında değişen zayıflatıcı etkiye sahiptir. Kimi kullanıcılar ilk 7 günlük kullanımın sonunda etki görebiliyorlarken, kimi kullanıcılar 30 günlük dönemde ancak etki görebilmektedirler.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**33)**

**Dosya No: 2015/697**

**Şikayet Edilen: Mehmet Lütfü SANLI**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fatblock-tr.com](http://www.fatblock-tr.com) ve [www.fat-block.gen.tr](http://www.fat-block.gen.tr) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Fat Block”*** adlı ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fatblock-tr.com](http://www.fatblock-tr.com) ve [www.fat-block.gen.tr](http://www.fat-block.gen.tr) adresli internet sitelerinin 07.04.2015 tarihli görünümlerinde; ***“Sağlık Bakanlığı onaylı Fat-Block resmi satış sitesi… Dr. Aytuğ Kolankaya’nın kilo vermek için tavsiye ettiği Fat-Block 2 aydan beri Türkiye’de kullanıma sunuldu… Kilo verme sürecinde kullanacağınız Fat-Block’la 10-15 kilo fazlası olanlar bir ay içerisinde yaklaşık 6-8 kilo arası kilo verebilmektedir. İçeriğinde bulunan captoglikolipid/kaptoglikolipit sayesinde vücudunuza yerleşen yağlar çözünmeye başlayarak zaman içinde spora ve diyete gerek kalmadan kilo vermenizi sağlar… Orijinal yağ tutucu Fat-Block Sağlık Bakanlığı onaylı tek ürün olma özelliğine sahiptir. Fat-Block doğru bir kullanım şekli ile bir ayda 7-8 kilo verdirebilir… Mükemmel yağ yakıcı özelliği ile Fat-Block fazla kilolarınızı yok edecek. Yağ bloke edici özelliğe sahip olan Fat-Block’la kilolarınız hızla eriyecek.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan ürünün obezite ve ilintili hastalıkları önleme endikasyonu ile piyasaya sunulduğu, ancak Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığı’nca yapılan incelemeler sonucunda, ürünün etki mekanizması ile ilgili çelişki ifadelerin varlığı, etki mekanizmasının fiziksel olduğuna dair bilgiler ve obezite ve ilintili hastalıkları önleme açısından destekleyici yayınların yetersiz olması nedenleriyle **“*güvensiz”***olarak kabul edilen ilgili ürünün **“*Tıbbi Cihazlar Mevzuatları kapsamında değerlendirilemeyeceği”*** kararına varılarak Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası(TİTUBB)’nda yer alan tıbbi cihaz kaydının iptal edildiği, dolayısıyla **gıda takviyesi olarak değerlendirilen** ilgili ürün tanıtımlarında yer alan endikasyon belirten ifadelerin yanıltıcı sağlık beyanı niteliğinde olduğu, böylelikle ilgili ürünün insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**34)**

**Dosya No: 2015/1722**

**Şikayet Edilen: Unılever Sanayi ve Ticaret Türk Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.algida.com.tr](http://www.algida.com.tr) ve [www.magnum.com.tr](http://www.magnum.com.tr) adresli internet siteleri ile ulusal televizyon kanallarında yer alan ***“Magnum Tiramisu”***, ***“Algida Maraş Usulü Dövme Dondurma”***, ***“Algida Nogger Winner”***, ***“Magnum Mini Antep Fıstık”*** isimli ürün reklamları ile ***“Algida 23 Nisan Çocuk Bayramı”*** tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2015-16.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler**: [www.magnum.com.tr](http://www.magnum.com.tr/) adresli internet sitesinin 16.12.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Magnum Tiramisu”** adlı ürün tanıtımlarında; ***“Yeni Magnum Tiramisu. Tatlı sanatının başyapıtlarından Tiramisu, Magnum dokunuşuyla artık yepyeni ve enfes bir deneyim…Magnum Kisses serisiyle bu tatlı hazzı doruklarda yaşayın.”*** ,

Anılan internet sitesinde yer alan**“Magnum Mini Classic Antep Fındık Fıstık”**adlı ürün tanıtımlarında; ***“Magnum Mini Classic Antep Fındık Fıstık… Antep fıstığı ve fındığının dayanılmaz lezzetinin Magnum çikolatasıyla kusursuz uyumu; Magnum Antep Fıstık, Magnum Fındık ve Magnum Classic Mini paketlerde… Haz peşindeysen çok beğeneceksin.”,***

[www.algida.com.tr](http://www.algida.com.tr) adresli internet sitesinin 05.12.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Algida Maraş Usulü Dövme Dondurma”** adlı ürün tanıtımlarında; ***“Bu yazın vazgeçilmezi Algida Maraş Usulü... Sütlü tadı ve uzayan kıvamı ile halis muhlis dövme dondurma”*** ifadeleri ile ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda;

***“Torun: Dede bak Algida Maraş Usulü Dövme Dondurma!***

***Dede: Yılların pastanecisiyim. Her dondurmayı yemem de satmam da.***

***T: Ama bu dövme dondurma.***

***D:Dövme dondurma dediğin kaşığı büker.***

***T: E büküyor.***

***D: Yetmez. Öyle bir kıvama gelir ki uzar da uzar.***

***T: E uzuyor.***

***D:Uzuyor da sütlü tat?... Mesela bu… halis muhlis dövme dondurma . Hey maşallah!”,***

Anılan internet sitesinde yer alan “**Nogger Winner”** adlı ürün tanıtımlarında; ***“Nefis vanilyası, akışkan karameli, bol bol yer fıstıkları ve çikolata lezzetiyle efsane Winner geri döndü”* ifadeleri ile ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda *“Türkiye seçimini yaptı. Agida’nın efsane lezzeti Winner geri döndü… Tadına doyulmaz nefis vanilyası, akışkan karameli, bol bol yer fıstıkları ve vazgeçilmez çikolata tadıyla Winner efsanesi geri döndü.”*** ,

Diğer taraftan ulusal televizyon kanallarında yayınlanan **“Algida 23 Nisan Çocuk Bayramı”** reklamlarında; ***“… Kışın en sert geçtiği 6 ilde 100 köy okulu yazın gelişini Algida 23 Nisan sürpriziyle kutluyor. Mutlu olmak her çocuğun hakkı”***ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/1361**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Torku Tam Bisküvi”*** adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2015 – 18.09.2015, 28.08.2015 – 08.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Gazete, Dergi

**Tespitler**: *“Torku Bisküvi”* isimli ürüne ilişkin televizyon reklamlarının (20.08.2015-18.09.2015 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlandığı belirlenen) 17 ve 45 saniyelik her iki versiyonunda da; *“Şimdi de tam tahıllı yeni lezzetlere imzamızı attık. Tam buğday unundan, glikoz şurubu içermeyen, tadına doyulmaz ürünler yaptık. Torku Tam, buğdayı tam, doğallığı tam, lezzeti tam.”* ifadelerinin yanında ekranda beliren yazıda; *“Torku Tam. Anadolu 'nun Tadı.” ve “Glikoz Şurubu İçermez.”* şeklinde ifadelere,

*“Torku Bisküvi”* isimli ürünlere ilişkin olarak muhtelif dergilerde yer alan ilanlarda; *“Tam tahıllı bisküviye imzamızı attık. Buğdayı tam, doğaIlığı tam, lezzeti tam ... Glikoz Şurubu İçermez.”* ifadelerine,

*“Torku Bisküvi”* isimli ürünlere ilişkin ürün ambalajları üzerinde *“Glikoz Şurubu İçermez.”* ifadesi ile söz konusu ürünlere ilişkin etiket üzerinde yer alan ürün içeriği bilgisinde *“İnvert Şeker Şurubu”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.** tarafından **“Torku Tam Bisküvi”** adlı ürüne yönelik olarak muhtelif televizyon kanallarında, gazete ve dergilerde yayınlanan reklam ve tanıtımlarda yer verilen *“Şimdi de tam tahıllı yeni lezzetlere imzamızı attık. Tam buğday unundan, glikoz şurubu içermeyen, tadına doyulmaz ürünler yaptık. Torku Tam, buğdayı tam, doğallığı tam, lezzeti tam.”* ve *“Glikoz şurubu içermez”* ifadeleri ile ürün içeriğinde glikoz şurubu kullanılmamış olmasının vurgulandığı, söz konusu ifadelerin diğer firmalar aleyhine kötüleyici bir etki yaratmadığı, geliştirdiği üretim yöntemi ile bisküvi ürünlerinde glikoz şurubu kullanmayan firmanın bu hususa ilişkin olarak tüketicileri bilgilendirdiği ve bu gerekçelerle mezkur ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olmadığı görüş ve kanaatine varılarak, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2015/292**

**Şikayet Edilen: Sütaş Süt Ürünleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sütaş”*** markalı ürünlere yönelik olarak ***“Doğal”*** ve ***“%100 Doğal”*** ibareleri ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ürün Ambalajı, Televizyon, İnternet

**Tespitler**: Sütaş Süt Ürünleri A.Ş. isimli firma tarafından üretilen “Yarım Yağlı Süt, “Yağlı Süt”, “Taze Günlük Süt”, “Ayran”, “Tereyağı”, “Kaymaklı Yoğurt”, “Kaymaksız Yoğurt”, “Light Yoğurt” ve “Süzme Yoğurt” gibi gıda ürünlerinin etiketlerinde ***“%100 Doğal”*** ibaresinin yer aldığı görülmektedir.

Diğer taraftan firma tarafından söz konusu ürünlere yönelik muhtelif televizyon kanallarında “Sütaş’ın Aşkı Süt Aşkı” sloganı ile yayınlanan reklamlar ile açık hava ilanlarında ***“%100 Doğal”*** ve ***“Doğal Lezzet”*** ibarelerine vurgu yapıldığı görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** **Sütaş Süt Ürünleri A.Ş.** tarafından Sütaş markalı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklamlarda yer verilen “Doğal” ve “%100 Doğal” ibarelerinin, içeriğinde doğal olarak bulunan bileşenler hariç herhangi bir ilave katkı maddesi içermeden ve ilgili gıda mevzuatının belirlediği üretim ve ambalajlama süreçleri sonunda tüketime sunulan süt, yoğurt, ayran ve tereyağı gibi ürünlere yönelik olarak kullanılmasına engel bir hususun ilgili gıda mevzuatında yer almadığı ve söz konusu beyanların kullanımının gıdanın mevcut haliyle herhangi bir ilave katkı maddesi veya çeşnilendirme olmadan tüketime sunulduğu bilgisini verme amaçlı olduğu değerlendirildiğinden, “%100 Doğal” ibaresinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olmadığı görüş ve kanaatine varılarak, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2015/1422**

**Şikayet Edilen: Dimes Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.dimes.](http://www.dimes.)com.tr adresli internet sitesinde ***“Dimes Vişne Nektarı”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklamlar ile anılan internet sitesinde ***“Bana ne faydası var?”*** ve***“Meyvelerle gelen sağlık”*** başlıkları altında yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.08.2015, 16.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.dimes.**](http://www.dimes.)**com.tr adresli internet sitesinin 19.08.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda**, *“****Dimes Vişne Nektarı*** *– Bir bardak buz gibi vişne, ferahlamak için birebir. Vişnede bol miktarda A ve C vitaminleri ile elma ve limon asitleri bulunur. Ferahlatıcı ve serinletici etkisi çok yüksek olan bir meyvedir. Sağlıklı bir yaşam için, ateşli hastalıklardan sonra asitleşen kanın temizlenmesine yardımcı olur. Susuzluğu giderdiği gibi, vücutta biriken fazla suyun dışarı atılmasında da etkin rol oynar. Mide ve karaciğerin düzenli olarak çalışmasına yardımcı olur…”*; **aynı internet sitesinin 16.11.2015 tarihli görünümünde yer alan ve “Bana ne faydası var?” başlığı ile yayınlanan tanıtımlarda,** *“****Elma Suyu Kalbi Koruyor*** *- ABD - UC - Davis Tıp Okulu'ndan Diyetisyen Dianne Hyson' un araştırmasında, elma ve elma suyunda bulunan bitkisel besinlerin, aynen kırmızı şarap ve çayda olduğu gibi, kandaki LDL kolesterolün parçalanmasını geciktirdiği sonucuna varılmıştır (kandaki LDL' nin parçalanması sonucu oluşan plaklar, atardamarlar üzerinde birikir ve atherosclerosis'e neden olur). 12 haftalık klinik araştırmada, 25 sağlıklı yetişkin üzerinde çalışılmış ve deneklerin yarısına günde 2 elma yedirilmiş, diğer yarısına 350 gram elma suyu içirilmiştir. Günlük normal diyetlerinde değişiklik yapılmaksızın yürütülen araştırmada, diyet öncesi ve sırasında LDL' nin parçalanma süresi ölçümleri yapılmıştır. 6.haftadaki ölçümlerden itibaren, LDL parçalanma süresinin %20 geciktiği saptanmıştır. Bu araştırma "Tıbbi Gıdalar Dergisi" nde yayınlanmıştır…* ***Siyah Üzüm Mucizesi*** *- Siyah Üzüm kabuğu ve çekirdeği üzerinde yapılan araştırmalarda, önemli bulgular elde edilmiştir. Kabuk ve çekirdeklerde, birçok güçlü antioksidanlar bulunmaktadır. Bunların çoğu, flavonoid olan ve flavonoid olmayan fenolik bileşiklerdendir (Catechin, resveratrol ve bolca proanthocyanidin gibi). Tüm bu özelliklerden dolayı, siyah üzüm ve çekirdeklerinden elde edilen "Üzüm Çekirdeği Ekstraktı", beslenme amaçlı ürünlerde, hap ve ilaçlarda ve çeşitli içeceklerde kullanılmaya başlanmıştır. Yapılan araştırmalara göre siyah üzümün faydaları şu şekilde sıralanmaktadır: Kandaki LDL oksidasyonunu önleyerek kötü kolesterol oluşumunu önler ve koroner kalp hastalıkları riskini azaltır. Londra Kanser Araştırma Enstitüsü'ne göre, göğüs kanseri için uygulanan radyasyon tedavisi sonrası oluşan doku-yara izlerini azaltır. Ciltteki yaşlılık lekelerini ve kahverengi lekeleri azaltır. Bifidobacterium adlı iyi bakterilerin gelişimi nedeni ile sindirim sistemi sağlığını korur…”*;**Meyvelerle gelen sağlık başlığı altında yayınlanan tanıtımlarda ise,** *“****Elma*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: A1, B1, B2, C ve E vitamini. Elma suyu yemeklerde içildiğinde, alınan yağların vücutta birikmesine engel olur. Bedensel ve zihinsel yorgunlukların giderilmesinde etkin rol oynar. Elma suyunun içindeki bitki besinleri, kalp ve akciğer kanseri rahatsızlıklarına yakalanma riskini azaltır. İlave şeker içermediği için, şeker hastaları tarafından da doktor kontrolünde tüketilebilir.* ***Şeftali*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: A, B, C vitamini ve betakaroten. Vücutta A vitaminini oluşturan temel madde olan betakaroten, şeftalide çok zengin miktarda bulunur. Gribe karşı vücudun savunma mekanizmasını güçlendirir. Antioksidan özelliğiyle toksik maddelerin vücuda vereceği zararları önlemeye yardımcı olur. Sinir sistemi üzerinde olumlu etki yapar, uykusuzluğu gidermeye yardımcı olur. Doğal yollarla hazmı kolaylaştırarak sindirim sistemine yardımcı olur.* ***Portakal*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: C, B vitamini ile fosfor ve diğer mineraller. Bir bardak portakal suyu günlük C vitamini ihtiyacının % 50’sinden fazlasını karşılar. Kanı tazeleyerek vücudu zindeleştirir. İçerdiği B vitamini ve fosfor sayesinde sinirlerin kuvvetlenmesine yardımcı olur. Mide enzimlerinin artmasını sağlayarak, hazmı kolaylaştırır.* ***Vişne*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: A, C vitamini ile elma ve limon asitleri. Ateşli hastalıklardan sonra asitleşen kanın temizlenmesine yardımcı olur. Susuzluğu giderdiği gibi, vücutta biriken fazla suyun dışarı atılmasında da etkin rol oynar. Mide ve karaciğerin düzenli olarak çalışmasına yardımcı olur.* ***Kayısı*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: A, E, B1 ve B3 vitamini ile demir, fosfor, magnezyum ve potasyum fosfor. Kayısı, doğal lif açısından çok zengin bir meyvedir. Aspirinin hammaddesi olan doğal salisilat içerir. Sinirleri kuvvetlendirir, ses kısılmalarını önlemeye yardımcı olur. Kansızlığı önler, kan yapımına yardımcı olur. Kemiklerin daha düzgün ve sağlam olarak gelişmesinde önemli rol oynar.* ***Ananas*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: C vitamini ile kalsiyum, potasyum, demir ve manganez mineralleri. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Alerjilere karşı korunma sağlar. Kemiklerin düzgün ve sağlam gelişmesinde etkin rol oynar. Dolaşım sisteminin düzenli çalışmasında ve dokuların yenilenmesine yardımcı olur.* ***Kuşburnu*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: C, P, B1, B2, E ve K vitamini ile kalsiyum, sodyum ve magnezyum mineralleri. Doğada en fazla C vitamini bulunduran meyvedir. Kuşburnu etkili bir kan temizleyicidir. Vücudun direncini arttırır, gelişmeyi destekler.* ***Mango*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: A ve C vitamini ile potasyum, kalsiyum, fosfor ve demir minerali. Hücrelerin yenilenmesine yardımcı olur. Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesine yardımcı olur; vücuda zindelik verir. İçerdiği A vitaminiyle kalbin dostudur.* ***Domates*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: C ve E vitamini ile potasyum ve diğer mineraller. Kan basıncının düşürülmesinde etkilidir. Prostat kanserine yakalanma riskini azalttığı bilinmektedir. Vücudu kalp hastalıklarına karşı koruyan bir madde olan likopen, domateste bol miktarda bulunur. Hazmı kolaylaştırıcı ve vücudun su tutmasını önleyici özelliğe sahiptir.* ***Üzüm*** *- Siyah üzüm; A ve C vitaminleri ile demir ve potasyum mineralleri içerir. İlave şeker içermeyen Dimes Üzüm Suyu (%100); çekirdekleri ve kabuğuyla beraber sıkıldığı için, üzümün faydalarını ve lezzetini en iyi şekilde sofralarınıza taşır. Vücut tarafından kolayca özümsenen basit şekerleri sayesinde enerji verir. Bol lifli ve antioksidan özelliği ile organizmayı toksinlerden arındırıp, cildin yaşlanmasını geciktirmede yarar sağlar. Kan yapıcı özelliği bilinmektedir. Dolaşımın düzenlenmesine ve selülit oluşumunun engellenmesinde destek olur.* ***Nar*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: C vitamini, demir ve potasyum. Güçlü antioksidan özelliği ile organizmayı toksinlerden arındırıp, cildin yaşlanmasını geciktirmede yarar sağlar. Vücudu koruyucu özelliğe sahiptir. Uzmanlar tarafından bir bardak nar suyunun 2 kadeh kırmızı şaraba, 10 bardak yeşil çaya ve 4 bardak kızılcık suyuna eşdeğer antioksidan içerdiği belirtilmektedir.* ***Ayva*** *- İçerdiği vitamin ve diğer faydalı maddeler: C vitamini, mineraller. Sindirim sistemini rahatlatır, mide ve bağırsakları kuvvetlendirir. Vücut direncini artırarak soğuk algınlığına karşı korur. Kanı temizler ve karaciğerin çalışmasını düzenler…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.dimes.com.tr](http://www.dimes.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda çeşitli meyvelerin ve meyve sularının tüketiminin insan sağlığı üzerindeki olumlu etkilerinin yanı sıra bazı hastalıklara karşı koruyucu ve tedavi edici olduğu yönünde iddialara yer verildiği**,** diğer taraftan [www.dimes.com.tr](http://www.dimes.com.tr) adresli internet sitesinin Dimes Gıda San. ve Tic. A.Ş.’nin ticari iletişim mecrası olması göz önünde bulundurulduğunda, mevzubahis tanıtımlar ile Dimes marka meyve sularının tüketilmesiyle söz konusu sağlık faydalarının sağlanabileceği mesajı verildiği ve böylece meyvelerin sağladığı faydalar üzerinden Dimes ürünlerine atıf yapılarak tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan anılan tanıtımlarda yer verilen ifadeler ile tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların Dimes ürünleri ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda gıda olarak piyasaya sunulmaları yerine “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan 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, 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 **Dimes Gıda 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.

**38)**

**Dosya No: 2015/1809**

**Şikayet Edilen: HD Restaurant İşletmeleri Gıda Turizm İnş. Tic. ve San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“HD İskender”*** markalı gıda ürünlerine yönelik olarak yayınlanan ***“Fast Food değil Best Food***” sloganlı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015 – 12.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler**: **HD Restaurant İşletmeleri Gıda Turizm İnş. Tic. ve San. A.Ş.** tarafından **“HD İskender”** markalı gıda ürünlerine yönelik olarak ***“Fast Food değil Best Food***” sloganı ile muhtelif televizyon kanallarında 12.11.2015 – 12.12.2015 tarihleri arasında yayınlanan üç farklı reklam filminde;

*Evlilik teklifinde bulunan bir erkek ile kız arkadaşı arasında gerçekleşen konuşmada;*

*Erkek oyuncu: Merve, evlenme teklifimi düşündün mü?*

*Kadın oyuncu: Düşündüm Tolga. Yanıtım hayır!*

*Erkek oyuncu: Neden?*

*Kadın oyuncu: Çünkü sende gusto yok. İskender varken bu (hamburger) yenir mi ya?*

*Dış Ses: HD İskender yenir. Lezzeti ile Türkiye’nin rakipsiz iskenderi. Fast food değil Best food!*

*İş görüşmesi gerçekleştiren iki kişi arasında gerçekleşen konuşmada;*

*Oyuncu 1: Ortaklık teklifimi düşündünüz mü? Yanıtınız nedir?*

*Oyuncu 2: Düşündüm Emre. Yanıtım hayır!*

*Oyuncu 1: Neden?*

*Oyuncu 2: Çünkü sende vizyon yok. İskender varken bu (spagetti makarna) yenir mi ya?*

*Dış Ses: HD İskender yenir. Lezzeti ile Türkiye’nin rakipsiz iskenderi. Fast food değil Best food!*

*Bir spor kulübünün taraftarları arasında gerçekleşen konuşmada ise;*

*Oyuncu 1: Abi kombinenizde bana da yer var değil mi?*

*Oyuncu 2: Aga sen kombineyi bırak da, bizce sen başka takım tut kardeşim!*

*Oyuncu 1: Neden abi?*

*Oyuncu 2: Çünkü sende ruh yok ruh! İskender varken o (pizza) yenir mi ya!*

*Dış Ses: HD İskender yenir. Lezzeti ile Türkiye’nin rakipsiz iskenderi. Fast food değil Best food!* söz düzenine yer verilerek HD İskender markalı iskender kebapları ile pizza, hamburger ve noodle arasında bir karşılaştırma yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam filmlerinde HD İskender markalı iskender kebapları ile pizza, hamburger ve noodle arasında yapılan karşılaştırmada pizza, noodle ve hamburger yemekte olan kişilere **“HD İskender varken pizza/noodle/hamburger yenir mi ya?”** denilerek bu gıda ürünlerinin İskender kebap varken tüketilmemesi gerektiği gibi bir mesajla karalandıkları, ayrıca *“Evlilik Teklifi”* temalı televizyon reklamında hamburger yemekte olan kişi gusto sahibi olmamakla, *“İş Görüşmesi”* temalı reklam filminde noodle yemekte olan kişi vizyonsuz olmakla ve *“Taraftar”* temalı reklam filminde pizza yemekte olan kişi ise ruhsuz olmakla itham edilerek bu ürünleri tüketen kişilere yönelik alay edici, küçük düşürücü ve dışlayıcı bir tavır takınıldığı, bununla birlikte kötüleme içeren söz konusu ifadelerle birlikte oyuncuların beden dili ve ses tonu da göz önünde bulundurulduğunda, İskender kebap ile karşılaştırılan ürünlerin sağlıksız, kötü ve tercih edilmemesi gereken ürünler oldukları mesajı verildiği,

Diğer taraftan, reklam kampanyasının sloganı olarak da kullanılan ***“Fast food değil Best food”*** ifadesi ile hamburger, pizza ve makarnanın fast food tipi sağlıksız tüketime konu ürünler gibi gösterilerek tüketiciler nezdinde itibarsızlaştırılmasının, gıda ve fast food sektöründe faaliyet gösteren firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıcı nitelikte olduğu görüş ve kanaatine varılarak anılan reklamların,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 10/1, 26/1 ve 28/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**39)**

**Dosya No: 2015/1574**

**Şikayet Edilen: Firdevs KILIK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.11.2015, 29.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin **LR World Sağlık Bakım ve Güzellik** başlıklı sayfasında muhtelif gıda takviyelerinin reklam ve tanıtımına yer verildiği, buna göre [www.facebook.com/LR-WORLD-Sağlik-Bakim-ve-Güzellik-1377122629245884](http://www.facebook.com/LR-WORLD-Sa%C4%9Flik-Bakim-ve-G%C3%BCzellik-1377122629245884) adresli internet sayfasında ***Aloe Vera Isırganlı İçecek SIVERA*** adlı ürüne yönelik olarak 05.11.2015 ve 29.12.2015 tarihinde yayınlanan tanıtımlarda, “*Romatizmal eklem iltihabında etkili. Eklem sıvı azalmaları (kireçlenmeler)*. *Kan dolaşımını güçlendirir.* *Anti-enflamatuvar.* *İdrar söktürücü, kandaki ağır metalleri ortadan kaldırır.* *Hipoglisemi kontrolünde etkilidir.* *Böbrekleri güçlendirir.* *Hafif laksatiftir (bağırsak yumuşatıcıdır).* *Bağışıklık sistemini güçlendirir.* *Prostat kanserinin ve yaşlanma ile ortaya çıkan prostat büyümesinin önlenmesinde etkilidir.* *Anti-viral.* *Sedef gibi metabolik cilt rahatsızlıklarında etkilidir.* *Adet dönemi öncesi ve boyunca görülen sendromların hafifletilmesinde etkilidir…”;* ***ProBalance*** adlı ürüne yönelik olarak 06.06.2015 tarihinde yayınlanan tanıtımlarda ise, *“Zayıflamak isteyenler, Alkol kullananlar, Hazımsızlık mide yanması olanlar, Şişkinlik hissinden yediğimi anlamıyorum diyenler, Kemik erimesi kalsiyum eksikliği olanlar, Vücut iç dengenizi oluşturmak için, Sağlıklı yasam için her gün kullanıma uygun Pro Balance vazgeçilmez bir ürün…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu 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 ürünle ilişkilendirilen sağlık faydalarının 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 **Firdevs KILIK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2015/1075**

**Şikayet Edilen: Loti İnternet Hizmetleri Paz. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** http://www.hemoroidhapi.com adresli internet sitesinde yer alan ***“Civanperçemli Bitkisel Karışım Floromax 3”*** isimli ürüneyönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hemoroidhapi.com adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Civanperçemli Bitkisel Karışım Floromax 3”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“****Civanperçemli Bitkisel Karışım Floramax3 ile Hemoroide SON***. *Doğal ve bitkisel çözümümüzle 3 gün içerisinde tamamen iyileşeceksiniz. Halk arasındaki ismi "basur" olan ve tıp dilinde "hemoroid hastalığı" olarak geçen bu hastalık, anüs(barsağın son çıkış kısmı, makat) bölgesinde normalde zaten var olan atardamar ve toplardamar yumağının iyice belirgin hale gelerek ve bu belirgin kitlenin sarkması sonucu oluşur. Özellikle yetişkin nüfusta çok sık görülen bir rahatsızlıktır. Hemoroidi tetikleyen en önemli nedenler ıkınma ve kronik kabızlıktır. Bunların dışında gebelik ve uzun süre ayakta çalışmakta diğer bilinen nedenler arasında yer alır.*

*"Floramax3 Tablet" diğer hemoroid ilaçlarından ayıran en önemli faktör, sadece semptomları yavaşlamasına yardım etmesi değil, zarar gören dokuyu tamir ederek dış hemoroid problemini ortadan kaldırıp tekrarlamaması sağlamaktadır.*

*Ürün Türk Gıda Kodeksine uygun tüm yasal izinleri alınarak Türkiye'de sınırlı sayıda üretilmiştir.*

*"Floramax3 Tablet" 'in yasal izinleri var mı?*

*"Floramax3 Tablet" Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından onaylanmıştır ve yetkili kurularca düzenli olarak denetlenmektedir. Ayrıca Floramax3, ISO 9001 ve ISO 22000 belgelerine sahip tesisimizde üretilmektedir.*

*Kullanım Şekli*

*Yemeklerden iki saat önce ya da iki saat sonra sabah 2 akşam 2 tablet ağızda çiğnenerek eritilir. Dış hemoroidi tamamen ortadan kaldıran tabletleri her iki günde aynı saatte almak çok önemlidir.*

*Ne kadar süre içinde istediğim sonuca ulaşacağım? Ürünü kullanım şartlarına uyarak iki gün kullandığınızda üçüncü gün bir daha böyle bir rahatsızlık görmezsiniz.*

*Ameliyat olmuş fakat sonuç alamamış kişilerde fayda eder mi? Hemoroidin her evresinde, her ne şart altında olursa olsun etkisi kesindir. Her hastada istisnasız sonuç alınmaktadır.*

*Memeleşmeler tamamen ortadan kalkar mı? Kapsülleri iki gün aynı saatte aldıktan sonra üçüncü gün memeleşmeler tamamen ortada kalkarak dış hemoroid problemini bir daha yaşamazsınız. Herhangi bir ilaç kullanmaktaysanız, hamileyseniz ya da bebek emziriyorsanız kullanmadan önce mutlaka doktorunuza danışınız. Bu ürün bir ilaç değil, bitkisel gıda takviyesidir.*

*Türk Gıda Kodeksine uygun olarak, Tarım ve Köy işleri Bakanlığı nın izniyle üretilmiştir”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği,

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

*"Kerem Gencer (İstanbul)– Selam arkadaşlar ben bu hastalıktan çok çektim ve kısa bir süre öncesine kadarda çekmekteydim internetten denemediğim şey kalmadı en son çare olarak da bu ürünü denemeye karar verdim ve sipariş ettim kullandım 2 günlük bi tedavisi var zaten kısa sürede memelerde önce küçülme ve ardından da kaybolma oluştu şu an çok rahatım hiç bir şey kalmadı kullanmanızı şiddetle tavsiye ediyorum.*

*Aysel (Mersin) - doğumdan sonra kullandım yapandan da satanda da ALLAH razı olsun çok iyi bi ürün.*

*Mustafa (Amasya)-  arkadaşlar 2 defa ameliyat oldum yine çıktı bu ürün geldiğinde 200 tl verip 8 tane hap aldım kandırıldım sandım neye yetecek diye düşündüm aylarca kullandığım ilaçlardan çaylardan fayda görmedim ama bu 2 günlük 8 tane inanmadığım dolandırıldım dediğim hap muhteşemmiş basur diye bir şey kalmadı bende herkese tavsiye ederim”* şeklinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası ifadelerine yer verilerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde; *“Türk Gıda Kodeksine uygun olarak, Tarım ve Köy işleri Bakanlığı nın izniyle üretilmiştir”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.hemoroidhapi.com adresli internet sitesinin 27.08.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Civanperçemli Bitkisel Karışım Floromax 3”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“****Civanperçemli Bitkisel Karışım Floramax3 ile Hemoroide SON***. *Doğal ve bitkisel çözümümüzle 3 gün içerisinde tamamen iyileşeceksiniz. Halk arasındaki ismi "basur" olan ve tıp dilinde "hemoroid hastalığı" olarak geçen bu hastalık, anüs(barsağın son çıkış kısmı, makat) bölgesinde normalde zaten var olan atardamar ve toplardamar yumağının iyice belirgin hale gelerek ve bu belirgin kitlenin sarkması sonucu oluşur. Özellikle yetişkin nüfusta çok sık görülen bir rahatsızlıktır. Hemoroidi tetikleyen en önemli nedenler ıkınma ve kronik kabızlıktır. Bunların dışında gebelik ve uzun süre ayakta çalışmakta diğer bilinen nedenler arasında yer alır.*

*"Floramax3 Tablet" diğer hemoroid ilaçlarından ayıran en önemli faktör, sadece semptomları yavaşlamasına yardım etmesi değil, zarar gören dokuyu tamir ederek dış hemoroid problemini ortadan kaldırıp tekrarlamaması sağlamaktadır.*

*Ürün Türk Gıda Kodeksine uygun tüm yasal izinleri alınarak Türkiye'de sınırlı sayıda üretilmiştir.*

*"Floramax3 Tablet" 'in yasal izinleri var mı?*

*"Floramax3 Tablet" Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından onaylanmıştır ve yetkili kurularca düzenli olarak denetlenmektedir. Ayrıca Floramax3, ISO 9001 ve ISO 22000 belgelerine sahip tesisimizde üretilmektedir.*

*Kullanım Şekli*

*Yemeklerden iki saat önce ya da iki saat sonra sabah 2 akşam 2 tablet ağızda çiğnenerek eritilir. Dış hemoroidi tamamen ortadan kaldıran tabletleri her iki günde aynı saatte almak çok önemlidir.*

*Ne kadar süre içinde istediğim sonuca ulaşacağım? Ürünü kullanım şartlarına uyarak iki gün kullandığınızda üçüncü gün bir daha böyle bir rahatsızlık görmezsiniz.*

*Ameliyat olmuş fakat sonuç alamamış kişilerde fayda eder mi? Hemoroidin her evresinde, her ne şart altında olursa olsun etkisi kesindir. Her hastada istisnasız sonuç alınmaktadır.*

*Memeleşmeler tamamen ortadan kalkar mı? Kapsülleri iki gün aynı saatte aldıktan sonra üçüncü gün memeleşmeler tamamen ortada kalkarak dış hemoroid problemini bir daha yaşamazsınız. Herhangi bir ilaç kullanmaktaysanız, hamileyseniz ya da bebek emziriyorsanız kullanmadan önce mutlaka doktorunuza danışınız. Bu ürün bir ilaç değil, bitkisel gıda takviyesidir.*

*Türk Gıda Kodeksine uygun olarak, Tarım ve Köy işleri Bakanlığı nın izniyle üretilmiştir”* şeklinde endikasyon belirten sağlık beyanlarına yer verildiği, böylece “takviye edici gıda” kapsamında piyasaya sürülen söz konusu ürünlere tedavi edici bir anlam yüklendiği ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edilebileceği ya da tedavisine yardımcı olunacağı izleniminin oluşturulduğu, dolayısıyla yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği;

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

*"Kerem Gencer (İstanbul)– Selam arkadaşlar ben bu hastalıktan çok çektim ve kısa bir süre öncesine kadarda çekmekteydim internetten denemediğim şey kalmadı en son çare olarak da bu ürünü denemeye karar verdim ve sipariş ettim kullandım 2 günlük bi tedavisi var zaten kısa sürede memelerde önce küçülme ve ardından da kaybolma oluştu şu an çok rahatım hiç bir şey kalmadı kullanmanızı şiddetle tavsiye ediyorum.*

*Aysel (Mersin) - doğumdan sonra kullandım yapandan da satanda da ALLAH razı olsun çok iyi bi ürün.*

*Mustafa (Amasya)-  arkadaşlar 2 defa ameliyat oldum yine çıktı bu ürün geldiğinde 200 tl verip 8 tane hap aldım kandırıldım sandım neye yetecek diye düşündüm aylarca kullandığım ilaçlardan çaylardan fayda görmedim ama bu 2 günlük 8 tane inanmadığım dolandırıldım dediğim hap muhteşemmiş basur diye bir şey kalmadı bende herkese tavsiye ederim”* şeklinde hastaların tedavi öncesi ve sonrası ifadelerine yer verilerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bununla birlikte, anılan internet sitesinde; *“Türk Gıda Kodeksine uygun olarak, Tarım ve Köy işleri Bakanlığı nın izniyle üretilmiştir”* şeklinde ifadeler ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-ğ, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 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 **Loti İnternet Hizmetleri Paz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2015/325**

**Şikayet Edilen:** **EPT Ticaret ve Sanal Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.epttavm.com adresli internet sitesinde yer alan ***“İmuneks”*** markalı gıda takviyesi ve sitede yer alan diğer muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.12.2015

 **Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.epttavm.com adresli internet sitesinin 04.12.2015 tarihli görünümünde*; “****Imuneks Q10 30 Kapsül:*** *Beta glukan ekmek mayasından (Saccharomyces cerevisiae) elde edilen bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı doğal bir maddedir. Antioksidan özelliği vardır. Kişinin kendini sağlıklı hissetmesini sağlayan ve bağışıklık sistemini güçlendirmeye yardımcı doğal beslenme desteği olarak kullanılır. Genel sağlığı ve beslenmeyi destekleyici olarak her gün kullanılabilir.”* şeklinde

Diğer taraftan, anılan sitenin aynı tarihli görünümünde; *“****Slim Patch Zayıflama Bandı:*** *Slim Patch, yağları eşit olarak bloke eder. Aynı zamanda vücudun yağ, şeker ve nişasta emilimini azaltır. Yağ ve vücutta biriken toksik maddelerin detoks etkisi ile yakılmasına yardımcı olur. Tüm vücutta uygulanabilir. Düzensiz beslenmeden kaynaklanan vücut şişliklerinin ve ödemlerin giderilmesine de katkı sağlar. Deri üzerinden hem kan dolaşımını hem de metabolizma hızını artırarak bölgesel olarak yağ yakılması prensibi gözönüne alınarak üretilmiştir.* ***DDF Kofre Glycolic 10 Exfoliating Oil Control Gel 48 gr Akne ve Yağlı Cilt Serisi:*** *Ciltteki yağ miktarını azaltır. AHA/BHA kombinasyonudur, ince çizgilerin görünümünü azaltır. Cilt yapısını destekler. Etken Maddeler : Glikolik asit: Hücre siklusunu hızlandırarak cildi yeniler. Salisilik asit: Yağ salgısını azaltır. Çinko: Sağlıklı cilt dokusunu düzenler. Selenyum: Sağlıklı cilt dokusunu düzenler. Sivilce oluşumunu engellerken mevcut sivilcelerin tedavisine de yardımcı olur. Tıkalı gözenekleri açar. Her yaş grubundaki yağlı ve akneye yatkın ciltlerde kullanımı uygundur.”* 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/ç, 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’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 **EPT Ticaret ve Sanal Mağazacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**42)**

**Dosya No: 2015/337**

**Şikayet Edilen: Beyazlar Gıda Tekstil Kuyumculuk Day. Tük. Malları San. Tic. Ltd.Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Mindivan”*** markalı ürünlerin isimleri ve bu ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait “Mindivan” markalı muhtelif ürünlerin, *“Mindivan Huzur Çayı, Mindivan P-R-T-X (Prostat) Çayı, Mindivan Kalpdem (Kalp-Damar), Mindivan Şekerim (Diabetik) Çayı, Mindivan Midüls (Mide) Çayı, Mindivan R-M-T-X (Romatizma) Çayı, Mindivan Karciğ Harnup Pekmezli Karışık Bitkisel Macun, Mindivan Broşka Macun, Mindivan Hemormin Macun*” şeklinde sağlık beyanı içeren ifadeler ile isimlendirildiği,

Diğer taraftan bu ürünlerin tanıtımlarında, www.sanalpazar.com, www.sizinpazariniz.com, www.aktarzane.com, www.nazilliaktar.com, www.hayataktar.com, www.ardicsifa.com, www.baharatbul.com, www.bursabitkisel.com isimli internet sitelerinin 06.02.2015 tarihli görünümlerinde; “*Mindivan Huzur Çayı: Hafif Depresyonda doğal ve bitkisel maddeler tedaviye yardımcı olabilir. Mindivan P-R-T-X (Prostat) Çayı: Erkeklerin 40 yaşlarından sonra korkulu rüyası haline gelen prostat büyümesine zemin vermek istemiyorsanız bu çay sizin için hazırlandı. Mindivan Kalpdem (Kalp-Damar): Kalp rahatsızlığı yaşayanlar ve kalbine değer veren herkes için. Mindivan Şekerim (Diabetik) Çayı: Kandaki şekeri normal seviyelerde tutar. Düzenli Kullanımda kısa sürede sonuç verir. Mindivan Midüls (Mide) Çayı: Yaraların çabuk iyileşmesinde, depresyon hastalarında sakinleştirici etkisi kanıtlanmış bir çaydır. Mindivan R-M-T-X (Romatizma) Çayı: Romatizma ağrılarınız bir fincan çayla son buluyor. , Mindivan Karciğ Harnup Pekmezli Karışık Bitkisel Macun: Karaciğerde oluşan rahatsızlıklara iyi gelir. Kolestrolü düzenler. Kaşıntı egzama ve mantar hastalıklarında iyileştirme özelliği vardır. Sivilce, akne kurutucu özelliği vardır. Karaciğeri besler. Mindivan Broşka Macun: Sigara kaynaklı akciğerlerdeki ifrazatı temizler. Öksürük, nezle, grip, nefes darlığına iyi gelir. Mindivan Hemormin Macun: Faydası denenerek ispatlanmış bir basur macunu.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitelerindeyukarıda belirtilen ifadeler kullanılarak ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki 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 ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

 - Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c, 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 **Beyazlar Gıda Tekstil Kuyumculuk Day. Tük. Malları San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2015/758**

**Şikayet Edilen: Üç İlke Kozmetik Optik Gıda İnş. İç Ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.besikte.com adresli internet sitesinin 25.12.2015 tarihli görünümünde; ***“Vitamalt Classic 330 ml - Annelere Özel 20 Adet + Esela Milk Max:*** *VITAMALT, tamamen doğaldır. Sağlıklı yaşam için serinletici ve doğal enerji veren bir içecektir. Doğumdan sonra yeni anneler tarafından süt arttırıcı özelliğinden dolayı güvenle kullanılmaktadır. Sütü yetersiz olan annelerin emzirme dönemi boyunca salgıladıkları süt miktarını arttırır, ayrıca emzirme döneminde artan sıvı, besin ve enerji ihtiyacını giderir. Malt içeceği, sıvı gereksinimini karşılama yanında protein, vitamin ve mineraller de içerdiğinden, başta sporcular, yaşlı ve yatağa bağımlı hastalar, emziren anneler ve ağır işte çalışanlar olmak üzere herkes için yararlı bir içecektir.* ***Alvin Kantoron Yağı:*** *Antiseptik özellik taşır. Yara iyileşmesini hızlandırıcı özelliği ile bilinir. Damar daraltıcı etkisi nedeniyle, hemoroitte ve kanamalı yaralarda destekleyici olarak kullanımı tavsiye edilir.****”*** Şeklinde

Diğer taraftan, söz konusu sitenin aynı tarihli görünümüde; ***“Medela Purelan Göğüs Ucu Kremi:*** *Anne ve bebek için %100 doğal, saf ve güvenli, emzirme dönemindeki meme ucu çatlaklarının tedavisinde idealdir. Gebeliğin 8. ayından itibaren kullanıldığında meme uçlarının çatlamasını önler ve göğüsleri emzirmeye hazırlar. Çatlamış ya da ağrılı meme uçlarını rahatlatır, iyileştirir ve korur. Doku yenileyici özelliğinden dolayı iyileştirmeyi hızlandırır. Gözenekleri ya da süt kanallarını tıkamaz, hiç bir şekilde süt üretimini ve emzirme sürecini etkilemez.* ***Sebamed Çatlak Giderici Krem:*** *Hamilelik, Vücut Geliştirme, obezite, ergenlik dönemine bağlı çatlakların giderilmesinde kullanılır. Çatlakların oluşmasını önler. Mevcut Çatlakların Giderilmesini Sağlar. Bağ dokuların yenilenmesine yardımcı olur.”* gibi 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/ç, 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’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 **Üç İlke Kozmetik Optik Gıda İnş. İç Ve Dış Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2015/1478**

**Şikayet Edilen: Çatalca Uzay Emlak İnşaat Şifalı Bitkiler ve Sağlık Destek Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmanıza ait broşürde yer alan tanıtımlarda; *“Kolestrol Tedavisi. Vücuttaki düşük olan kan dolaşımını düzenlemeye yardımcı olur. Kan Temizleyici. Behçet Hastalığı. Omurilik İltihabı. Guatr İltihabı. Tiroit Bezi İltihabı. Deri Altı İltihabı. Eklem Romantizması İltihabı. Zona İltihabı. Akdeniz Anemisi. Gut Hastalığı. Gül Hastalığı. Hemoroit. Kabızlık. Gaz Problemlerini Ve Karaciğer Yağlanmasını Düzenlemede Yardımcı Olur. Şeker Hastalığını Düzeltmeye Yardımcı Olur. Pozitif kan grubunda olanları 3 ayda Negatif kan grubunda olanları 4 ayda. Noropati Beyin kılcal damar tıkanıklığı ve diz ve topuk arası şişkinlikleri önlemede yardımcı olur.*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan broşürde, yukarıda belirtilen endikasyon belirten ifadeler kullanılarak ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki 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 ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

 5/c, 5/ç, 5/d inci maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6, 40/1, 42/1 ve 42/2inci 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 **Çatalca Uzay Emlak İnşaat Şifalı Bitkiler ve Sağlık Destek Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2015/1506**

**Şikayet Edilen: Caner GÜR**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.instadiyetzayiflama.com isimli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.instadiyetzayiflama.com** adresli internet sitesinin 28.10.2015 tarihli görünümünde*;* *“Amerikalı diyetisyenin mucize kombinasyonu! Jena Henris, Martha Foxx ve Angel McGilly gibi fenomenler arasında sır gibi saklanan zayıflama yöntemi aslında bir üründen ibaretmiş. İşin ilginç yanı ise bu sırrı keşfedenin bir Türk takipçi olması. Son yılların en çok yapılan Diyeti: Alkali Diyeti. Alkali Su vücudun alkali seviyesini yükseltir ve bu doğrultuda yağ yakımını hızlandırmaya yardımcı olur. Alkali suyun amacı; vücudun asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel, zihinsel ve emosyonel performansını arttırmaktır. Kişinin kilo kontrolünü sağlamak ve uzun süreli sağlık halini korumaya yardımcı olmaktır. Metabolizma hızlandırıcı ve yağ yakıcı özellikleri ile Detox Çayları. Detoks Çayı vücudu temizlerken içindekilerin metabolizma hızlandırıcı ve yağ yakıcı özellikleri nedeniyle zayıflama da yardımcıdır. #instadiet ile yağlarınızı yakın ve sağlığınıza geri kavuşun! İnstaDiet Göbek ve Basen Bölgesiniz Zayıflatmayı Hedefliyor! Bu diyetin göbek ve basen bölgesindeki fazla kiloları adeta hedef olarak seçtiği ilk göze çarpanlar arasında. Bu diyetin göbek ve basen bölgesindeki fazla kiloları adeta hedef olarak seçtiği ilk göze çarpanlar arasında. Kullanıcılarının bu InstaDiet’i kullanmalarının ardından çektiği fotoğraflar kıyaslandığında ekstra bir efor sarf etmeden sadece düzenli kullanımda bu bölgelerdeki aşırı farklılıklar kesinlikle dikkate değer.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan sitede, yukarıda belirtilen endikasyon belirten ifadeler kullanılarak ilgili mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki 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 ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

5/c, 5/ç, 5/d inci maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6, 40/1, 42/1 ve 42/2 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 **Caner GÜR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2015/586**

**Şikayet Edilen:** **Ada Pharma Bitkisel İlaç ve Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.vitamin.gen.tr](http://www.vitamin.gen.tr) adresli internet sitesinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.vitamin.gen.tr adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde, ***“Şeker hastalarında kullanım için uygundur.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.vitamin.gen.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Sunlife A-Z+Lutein”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünlerle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ada Pharma Bitkisel İlaç ve Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**47)**

**Dosya No: 2015/587**

**Şikayet Edilen:** **Palmiye İlaç Kimya ve Gıda Sanayi Ticaret Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2015- Nisan 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.palmiyeilac.com adresli internet sitesinin 09.03.2015 tarihli görünümünde, söz konusu ürünün İstanbul Ticaret İl Müdürlüğü’ne sunulan etiket bilgilerinde yer almadı halde ***“Sunlife A-Z+ Lutein (…) şeker hastalarında kullanım için uygundur.”*** ifadesi ile yine İl Müdürlüğü’ne bildirilen etikette yer almadığı halde;

Nisan 2015 tarihli görünümünde ***“4-10 yaş arası çocukların kullanımına uygundur.”*** şeklinde,

Mart 2015 tarihli görünümünde **Carlson Super Omega-3 Kapsül** adlı ürüne yönelik tanıtımda ***“Var olan en lezzetli balık yağıdır.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.palmiyeilac.com adresli internet sitesinde yer alan “Sunlife A-Z+ Lutein, Carlson Super Omega-3 Kapsül” isimli adlı ürünlere yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin bir “tıbbi ürün” gibi tanıtılarak tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**48)**

**Dosya No: 2015/588**

**Şikayet Edilen:** **Nestle Türkiye Gıda Sanayi Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Nescafe Gold Kokusunda Davet Var”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2014 – Nisan 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet

**Tespitler**: Firmanın reklam filminde “sadece” kelimesinin kullanılmasının diğer rakip firmalar nezdinde farklılık teşkil ettiği tespit edildi.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren açıklamaları değerlendirilmiş ve söz konusu reklam filminde Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, 6502 sayılı Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2015/975**

**Şikayet Edilen:** **Mensis Pharma İlaç Medikal Koz. Gıda Özel Sağlık Hizmetleri İthalat İhracat Sanayi Tic. Ltd Şti**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.mensispharma.com.tr adresli internet sitesinin 04.05.2015 tarihli görünümünde, ***“Krill yağı, çoğunlukla Omega-3’ün bir üst kaynağı olarak bilinmektedir ve Astaxantin olarak bilinen çok güçlü bir antioksidan içermektedir. Krill yağı takviyesi, vücutta çok büyük önemi olan Omega-3 yağ asitlerinin eksikliğinin giderilmesi için son derece faydalı bir yoldur. Diğer birçok antioksidandan farklı olarak, Krill yağındaki Astaxanthin, kan-beyin bariyerini geçerek, beyin ve merkezi sinir sistemini serbest radikallerin zararlarından korumaya destek olur. (…) Krill yağı; balık yağından 48 kat, Co-enzim Q10’den 34 kat, yaban mersininden 8 kat, kızılcıktan 4 kat daha fazla antioksidan özelliği bulunmaktadır. (…) Sadece balık yağı yerine Krill Yağı kullanılarak sağlığınıza %50 daha fazla DHA ve EPA katkısı sağlamış olursunuz.”*** şeklinde ve sitede yer alan tanıtımlarda yer alan ***“Prospektüs Bilgileri”*** gibi **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.mensispharma.com.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Krill Yağı (Krill Oil)”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünlerin insan metabolizmasına etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtılarak tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/3, 6/4-a, 6/4-b, 40/1, 40/1-a, 42/1, 42/2 maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Mensis Pharma İlaç Medikal Koz. Gıda Özel Sağlık Hizmetleri İthalat İhracat Sanayi 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: 2015/979**

**Şikayet Edilen:** **Ergül Şekerleme San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Örs Star Bal Aromalı Şurup”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler**: **“Örs Star Bal Aromalı Şurup”** adlı ürün ambalajında yapılan incelemede; **“Bal tadında, kahvaltılık keyfi’’** gibi ifadelerle ve ambalajın üzerinde yer alan bal resmiyle **“Bal”** ürünüymüş gibi tanıtım yapılarak tüketicilerin yanıltıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “03 Parti Nolu, 02 Seri Nolu 01.2016 Son Tüketim Tarihli Örs Star Bal Aromalı Şurup”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda gibi ifadelerle ve ambalajın üzerinde yer alan bal resmiyle **“Bal”** ürünüymüş gibi tanıtım yapılarak 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,

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/2, 6/3, 6/4 a, 6/4-b maddeleri,

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

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

hükümlerine aykırı olduğu**,**

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

**51)**

**Dosya No: 2015/1635**

**Şikayet Edilen: Ömer COŞKUN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.doktoraktar.com adresli internet sitesinin 20.08.2015 tarihli görünümünde **Çörek Otu Yağı**adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“ Ölümden başka her derde deva Çörekotu Yağı.”* **Şeker Destek Seti** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“* *Bir tek şeker hastası kalmasın diye…”* **Panax Tablet** adlı gıda takviyesine yönelik olarak gösterilen Youtube kaynaklı tanıtım videosunda ; *“ Stresini mi gidermek istiyor ?* ***Panax*** *kullan , işte efendim bir ağrı kesici* ***Ozon Yağı*** *sür bak şuan Panaxla birlikte hediye geliyor. ”* **My Slimmer** adlı gıda takviyesine yönelik olarak gösterilen Youtube kaynaklı tanıtım videosunda; *“ Zayıflamanız için ne yapmanız gerekiyor ? My Slimmer!...* ***, My Slimmer*** *ile çok güzel yavaş yavaş kilolarınızı verebilirisiniz.”*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 **Ömer COŞKUN** 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.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**52)**

**Dosya No: 2016/127**

**Şikayet Edilen: Abdülkadir Özcan A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Yeter Artık Kış Gelsin, Petlas Mercedes CLA 200 Versin”*** başlıklı kampanya kapsamında yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** Abdülkadir Özcan A.Ş. isimli firma tarafından düzenlenen “Yeter Artık Kış Gelsin, Petlas Mercedes CLA 200 Versin” başlıklı kampanya kapsamında yayınlanan reklamlarda *“1 Eylül – 31 Aralık tarihleri arasında Petlas’tan 400 TL’lik kış lastiği alın, 7 Mercedes CLA 200 Style’dan birini kazanma şansını yakalayın. Ayrıntılı bilgi ve katılım için www.akokazandiriyor.com”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Abdülkadir Özcan A.Ş. isimli firma tarafından düzenlenen *“Yeter Artık Kış Gelsin, Petlas Mercedes CLA 200 Versin”* başlıklı kampanya kapsamında başvuru sahibi tüketicinin kampanya koşullarına uygun olarak kampanyaya katılımının sağlandığı anlaşıldığından, söz konusu kampanya kapsamında yayınlanan reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**53)**

**Dosya No: 2015/1742**

**Şikâyet Edilen: Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Toyota Hilux”*** adlı otomobile ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Muhtelif TV kanallarında yayınlanan **Toyota Hilux** model araca ilişkin reklamda, araç seyir halindeyken sürücünün elbiselerini değiştirdiği, sakal tıraşı olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu, **Toyota Hilux** model araca ilişkin reklamda, araç seyir halindeyken sürücünün elbiselerini değiştirdiği, sakal tıraşı olduğu, bu şekilde sürüş kurallarına uyulmayan ve güvenlik kurallarının gözetilmediği görüntüleri içeren reklamın diğer sürücüler için kötü örnek teşkil ettiği, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1/ı, 7/1, 7/2, 7/3 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**54)**

**Dosya No: 2015/1798**

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

**Şikâyet Edilen Reklam:** ***“Renault Kasım ayı 7.500 TL’ye varan indirim kampanyası”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “Renault Kasım ayı 7.500 TL’ye varan indirim kampanyası” başlıklı reklamlarda dış ses tarafından; *“Şu keyfe bakın… Tarihte ilk defa bozuk parası olan bir taksiciyle mi karşılaştı dersiniz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklamda yer alan *“Tarihte ilk defa bozuk parası olan bir taksici ile mi karşılaştı dersiniz?”* ibaresi ile günlük hayatta karşılaşılabilecek bir durumun reklamın kurgusu içerisinde esprili bir dille anlatıldığı, dolayısıyla reklamda yer alan ifadelerin kötüleme içermediği, bu nedenle söz konusu reklamın 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2015/1908**

**Şikâyet Edilen: Ford Otomotiv San. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** ***“Ford Kuga”*** markalı otomobile ait araç tanıtım kartında yer alan tüketim değerleri

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Araç tanıtım kartı

**Tespitler:** Ford Kuga marka otomobilin araçtanıtım kartında 100 kilometrede şehir içinde 9,3 lt. şehir dışında ise 6,2 lt. benzin tükettiğinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Araçtanıtım kartında belirtilen tüketim değerlerinin aracın AT Uygunluk Belgesinde belirtilen değerlerle uyumlu olduğu, yakıt tüketiminin; kullanım tarzı, hava koşulları, aracın yükü ve bakım durumu gibi birçok kritere göre değişiklik gösterebileceği, dolayısıyla tüketici tarafından tanıtım kartında belirtilen değerlerden daha yüksek tüketim değeri elde edilmesinin yanıltıcılık olarak değerlendirilemeyeceği, bu nedenle söz konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2015/1909**

**Şikâyet Edilen: Mercedes-Benz Türk A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Her Zeminde En İyisi Mercedes SUV Ailesi”*** ve ***“Sizce de yeni bir SUV almanın vakti gelmedi mi?”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** Muhtelif TV kanallarında yayınlanan, Formula 1 yarış pilotu Lewis Hamilton gibi ünlü isimlerin yer aldığı reklam filminde, ***“Her Zeminde En İyisi Mercedes SUV Ailesi”*** ifadesine yer verildiği, yine şirketin Youtube kanalında yayınlanan, Kanyon AVM’de çekilen ***“Sizce de yeni bir SUV almanın vakti gelmedi mi?”*** temalı reklamda; **Land Rover, Volvo ve BMW** markalı bazı SUV araç görüntülerine yer verilerek aynı anda dış ses tarafından; ***“Bazıları sıradanlığı tercih ederken o hep yeni yollar bulur… Bazıları beklentinizi karşılar, o beklentinizi aşar…”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şirketin Youtube kanalında yayınlanan, Kanyon AVM’de çekilen ***“Sizce de yeni bir SUV almanın vakti gelmedi mi?”*** temalı reklamda; **Land Rover, Volvo ve BMW** markalı bazı SUV araç görüntülerine yer verilerek aynı anda dış ses tarafından; ***“Bazıları sıradanlığı tercih ederken o hep yeni yollar bulur… Bazıları beklentinizi karşılar, o beklentinizi aşar…”*** şeklinde ifadelere yer verildiği, böylelikle diğer markaların “sıradan” ve “ancak beklentileri karşılayabilen” nitelikte olduğu algısı yaratıldığı ve kötülendiği, reklamın belirli bölümlerinde rakip firmalara ait SUV tarzı araçların markalarının net bir şekilde görülebildiği, böylelikle rakip markaların aşağılandığı ve kötülendiği, yine reklamın arka planında yer alan görsellerde ***“Her Zeminde En İyisi Mercedes SUV Ailesi”*** ifadesine yer verildiği,

Muhtelif TV kanallarında yayınlanan, Formula 1 yarış pilotu Lewis Hamilton gibi ünlü isimlerin yer aldığı reklamda, ***“Her Zeminde En İyisi Mercedes SUV Ailesi”*** ifadesine yer verildiği, ancak Mercedes SUV ailesinin diğer markalara nazaran hangi somut ve objektif kriterlere göre en iyi olduğu iddiasının kanıtlanması gerekirken şirket tarafından bu iddiaları kanıtlar nitelikte bir belge sunulamadığı, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ***“her zeminde en iyisi”***ifadesinin kanıtlamadığı, bu durumun aynı zamanda diğer markalar açısından haksız rekabet oluşturduğu, dolayısıyla bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/a, 9/1, 10/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TEKNOLOJİ**

**57)**

**Dosya No: 2016/95**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Philips marka 49PUK71000”***model televizyonlara ilişkin ***“4K Ultra HD”*** özelliğinin olduğunun belirtildiği tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Philips marka 49PUK71000 model televizyonlara ilişkin [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; ürünün teknik özelliğinin UHD(4K) olarak belirtildiği, taraftan “4K Ultra HD: Daha önce görmediğiniz çözünürlük” başlığı altında *“Ultra HD TV, geleneksel Full HD TV'den 4 kat daha yüksek çözünürlüğe sahiptir. 8 milyondan fazla piksel ve benzersiz Ultra Çözünürlük geliştirme teknolojimiz sayesinde, orijinal içerik ne olursa olsun daha iyi görüntüler elde edersiniz. Geliştirilmiş keskinlik, artırılmış derinlik algısı, üstün kontrast, akıcı doğal hareket ve kusursuz ayrıntıların tadını çıkarın.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Philips marka 49PUK71000 model televizyonlara ilişkin [www.teknosa.com.tr](http://www.teknosa.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; ürünün teknik özelliğinin UHD(4K) olarak belirtildiği, taraftan “4K Ultra HD: Daha önce görmediğiniz çözünürlük” başlığı altında *“Ultra HD TV, geleneksel Full HD TV'den 4 kat daha yüksek çözünürlüğe sahiptir. 8 milyondan fazla piksel ve benzersiz Ultra Çözünürlük geliştirme teknolojimiz sayesinde, orijinal içerik ne olursa olsun daha iyi görüntüler elde edersiniz. Geliştirilmiş keskinlik, artırılmış derinlik algısı, üstün kontrast, akıcı doğal hareket ve kusursuz ayrıntıların tadını çıkarın.”* ifadelerine yer verildiği**,**

Yapılan incelemede; şikayete konu tanıtımlarda yer alan Philips marka 49PUK71000 model televizyonun tanıtımlarda belirtildiği şekliyle 4K Ultra HD özelliğine sahip olduğu, ürünün söz konusu özelliği ile USB üzerinden ve uydudan 4K yayınları çözebildiği ancak başvuru sahibi tüketicinin şikayetine konu olan Türksat üzerinden yayın yapan 4K yayın frekansının (TRT 4K) henüz test yayını aşamasında olması nedeniyle teknik uyumlaştırmanın yapılamamasının olağan olduğu, ayrıca ürüne ilişkin inceleme konusu tanıtımlarda söz konusu yayının izlenebileceğine dair bir ifadenin yer almadığı, açıklanan nedenlerle inceleme konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2015/1222**

**Şikayet Edilen: Huawei Telekomünikasyon Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Huawei G7”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, ambalaj

**Tespitler: *“Huawei G7”*** model telefona ait sarı ve beyaz olmak üzere iki çeşit LCD panel renginin bulunduğu, bu hususa ilişkin ürün ambalajında ve [www.huawei.com.tr](http://www.huawei.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda söz konusu panel rengine ya da panel renginin farklılık gösterebileceğine ilişkin bir bilginin bulunmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Muhtelif mecralarda yayınlanan ***“Huawei G7”*** başlıklı reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

Öte yandan, sarı ve beyaz olmak üzere iki çeşit LCD panel rengi bulunan ***“Huawei G7”*** model telefona ilişkin yayınlanan reklamlarda, söz konusu panel rengine ya da panel renginin farklılık gösterebileceğine ilişkin bir bilginin bulunmamasının tüketicilerin karar alma sürecini etkileyebilecek bir unsur olarak değerlendirildiği, bu nedenle, tüketicilerin satın alma tercihini doğrudan etkileyebilecek bu hususa ilişkin bilgilendirmenin, anılan ürüne ait en az bir mecrada yayınlanan reklamlarda yer almasının uygun olacağı kanaatine varılarak Reklam Kurulu Başkanlığınca **Huawei Telekomünikasyon Ltd. Şti.** adlı firmaya bu hususa ilişkin bir bilgilendirme yazısının yazılması uygun görülmüştür.

**TURİZM**

**59)**

**Dosya No: 2016/51**

**Şikayet Edilen: Bay Arma Turizm İnş. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (Arma's Beach Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Arma's Beach Hotel”***isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), www.armas-beach-hotel.kemer-hotels.net/tr/, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.armashotels.com](http://www.armashotels.com) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bay Arma Turizm İnş. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Arma's Beach Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr), [www.armashotels.com](http://www.armashotels.com) ve [www.armas-beach-hotel.kemer-hotels.net/tr/](http://www.armas-beach-hotel.kemer-hotels.net/tr/) adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”*;[www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinde ise *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Arma's Beach Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr), [www.armashotels.com](http://www.armashotels.com) ve [www.armas-beach-hotel.kemer-hotels.net/tr/](http://www.armas-beach-hotel.kemer-hotels.net/tr/) adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”*; [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinde ise *“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 **Bay Arma Turizm İnş. Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2016/29**

**Şikayet Edilen: Bakeray Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti. (Kaliptus Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Kaliptus Hotel”***isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr), [www.hotelscombined.com](http://www.hotelscombined.com) ve [www.kaliptus-hotel.kemer-hotels.net/tr](http://www.kaliptus-hotel.kemer-hotels.net/tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.01.2016,22.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Bakeray Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Kaliptus Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr), [www.hotelscombined.com](http://www.hotelscombined.com) ve [www.kaliptus-hotel.kemer-hotels.net/tr](http://www.kaliptus-hotel.kemer-hotels.net/tr/) adresli internet sitelerinde *“2 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Kaliptus Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr), [www.hotelscombined.com](http://www.hotelscombined.com) ve [www.kaliptus-hotel.kemer-hotels.net/tr](http://www.kaliptus-hotel.kemer-hotels.net/tr/) adresli internet sitelerinde *“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 **Bakeray Turizm Otelcilik İnş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2016/33**

**Şikayet Edilen: Osman Melih ENGİN (Konyaaltı Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2016,22.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Osman Melih ENGİN isimli şahsa ait *“Konyaaltı Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“1 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Konyaaltı Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde *“1 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 **Osman Melih ENGİN (Konyaaltı Hotel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2015/1794**

**Şikayet Edilen: Seyfe Turizm A.Ş. (Vikingen Infinity Resort & Spa)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Vikingen Infinity Resort & Spa”***isimli tesise ilişkin olarak [www.vikingenhotels.com](http://www.vikingenhotels.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.booking.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet siteleri ile tesise ait basılı materyallerde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.06.2015, 07.01.2016

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

**Tespitler:** Seyfe Turizm A.Ş.’ye ait *“Vikingen Infinity Resort & Spa”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.vikingenhotels.com](http://www.vikingenhotels.com) adresli internet sitesinde *“Deluxe Otel”;* [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.booking.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet siteleri ile tesise ait basılı materyallerde ise *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Vikingen Infinity Resort & Spa”* isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi” ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [www.vikingenhotels.com](http://www.vikingenhotels.com) adresli internet sitesinde *“Deluxe Otel”;* [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.booking.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet siteleri ile tesise ait basılı materyallerde ise *“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 **Seyfe Turizm A.Ş. (Vikingen Infinity Resort & Spa)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2015/1552**

**Şikayet Edilen: Fırsatme Bilgi Teknolojileri ve Turizm Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2015, 28.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Fırsatme Bilgi Teknolojileri ve Turizm Ltd. Şti.’ye ait [www.firsat.me](http://www.firsat.me) adresli internet sitesinde “Tatil” kategorisinde tanıtımı yapılan *“Komşuya Keyifli Bir Gezi! Leggo Tur’dan 1 Gece Konaklamalı Sofya & Plovdiv Turu 200 TL Yerine 99.90 TL!”* sloganlı reklamlarda, “Tur Ücretine Dahil Olmayan Hizmetler” başlığı altında, *“Kalan Tur bedeli, sınır geçiş, ayakbastı ücretleri ve konaklama vergileri için 45€ kayıt işleminiz ile birlikte acenteye ödenmelidir. Bu ücret katılımcılar için zorunludur. Zorunlu Seyahat sigortası bedeli kişi başı 10 €, 65 yaş üzeri için 20 € zorunludur ve kayıt ile birlikte acenteye ödenecektir. Plovdiv Şehir ve Metro market alışveriş turu kişi başı 10 € olup zorunludur ve kayıt ile birlikte acenteye ödenir. Müze ve ören yeri giriş ücretleri. Yurt dışı çıkış vergisi 15 TL (tur hareketinden önce bankaya yatırılması tavsiye edilir.) Schengen vize ve hizmet bedeli 110 € dur.”*ifadelerine; *“Alibaba Tour’dan 1 Gece Yarım Pansiyon Konaklamalı Bursa + Cumalıkızık + Eskişehir + Odunpazarı Turu Sadece 139.90 TL!”* sloganlı reklamlarda ise, yine “Tur Ücretine Dahil Olmayan Hizmetler” başlığı altında, “*Rehberlik ve acente asistanlık bedeli, millî park girişleri, köprü geçiş, otoban ve feribot ücretleri için acentaya 90 TL ödeme olup zorunludur, kayıt işleminiz ile birlikte acenteye ödenmelidir. Müze girişleri, konukevi giriş ücretleri, Eskişehir tekne turu vb”* ifadelerine yer verildiği; bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda, *“En İyi Fiyat Garantisiyle Yurt Dışı Tur Fırsatları %50 İndirimle!”*ibaresine; söz konusu internet sitesinde satışı yapılan paket turların tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda ise “casino” görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.firsat.me](http://www.firsat.me) adresli internet sitesinde “Tatil” kategorisinde tanıtımı yapılan ***“Komşuya Keyifli Bir Gezi! Leggo Tur’dan 1 Gece Konaklamalı Sofya & Plovdiv Turu 200 TL Yerine 99.90 TL!”*** sloganlı reklamlarda, **“Tur Ücretine Dahil Olmayan Hizmetler”** başlığı altında, *“Kalan Tur bedeli, sınır geçiş, ayakbastı ücretleri ve konaklama vergileri için 45€ kayıt işleminiz ile birlikte acenteye ödenmelidir. Bu ücret katılımcılar için zorunludur. Zorunlu Seyahat sigortası bedeli kişi başı 10 €, 65 yaş üzeri için 20 € zorunludur ve kayıt ile birlikte acenteye ödenecektir. Plovdiv Şehir ve Metro market alışveriş turu kişi başı 10 € olup zorunludur ve kayıt ile birlikte acenteye ödenir. Müze ve ören yeri giriş ücretleri. Yurt dışı çıkış vergisi 15 TL (tur hareketinden önce bankaya yatırılması tavsiye edilir.) Schengen vize ve hizmet bedeli 110 € dur.”*ifadelerine; ***“Alibaba Tour’dan 1 Gece Yarım Pansiyon Konaklamalı Bursa + Cumalıkızık + Eskişehir + Odunpazarı Turu Sadece 139.90 TL!”*** sloganlı reklamlarda ise, yine **“Tur Ücretine Dahil Olmayan Hizmetler”** başlığı altında, “*Rehberlik ve acente asistanlık bedeli, millî park girişleri, köprü geçiş, otoban ve feribot ücretleri için acentaya 90 TL ödeme olup zorunludur, kayıt işleminiz ile birlikte acenteye ödenmelidir. Müze girişleri, konukevi giriş ücretleri, Eskişehir tekne turu vb”*ifadelerine yer verildiği; ancak ilgili mevzuatı gereği paket tur düzenleyicileri veya aracıları tarafından tüketicilere sunulacak olan paket tur hizmetinin, ulaştırma, konaklama ve başka turizm hizmetlerinden en az ikisinin birlikte, **her şeyin dahil olduğu fiyatla satılması veya satımının vaat edilmesi gerektiği**;

Buna göre, inceleme konusu [www.firsat.me](http://www.firsat.me) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, sınır geçiş, ayakbastı ücretleri, şehir ve metro market alışveriş turu, rehberlik ve acente asistanlık bedeli, milli park girişleri, köprü geçiş, otoban ve feribot ücretleri, konukevi giriş ücreti gibi ücretlere, tüketiciler tarafından ayrıca ödenecek bedeller olarak **“Tur Ücretine Dahil Olmayan Hizmetler”** başlığı altında, paket tur hizmetinin fiyatına dahil edilmeksizin yer verilmesi nedeniyle, tanıtımı yapılan hizmet karşılığında ödenecek fiyat hususunda tüketicilerin eksik bilgilendirilmek suretiyle yanıltıldığı;

Bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda, ***“En İyi Fiyat Garantisiyle Yurt Dışı Tur Fırsatları %50 İndirimle!”*** ibaresine yer verilerek ortalama tüketiciler nezdinde [www.firsat.me](http://www.firsat.me) adresli internet sitesinde “Tatil” kategorisinde tanıtımı yapılan turların diğer tüm satış mecralarından daha düşük fiyata satıldığı algısı yaratıldığı, ancak firma tarafından Bakanlığımıza gönderilen bilgi ve belgelerin incelenmesi sonucunda en ucuz turların [www.firsat.me](http://www.firsat.me) adresli internet sitesinde satılması gibi bir durumun söz konusu olmadığı hususunun anlaşıldığı, dolayısıyla inceleme konusu reklamlarda yer verilen ***“En İyi Fiyat Garantisi”*** iddiasının objektif bir biçimde kanıtlanabilirlikten uzak ve yanıltıcı bir yöntemle talep yaratma amacına hizmet etmekte olduğu ve bu nedenle söz konusu reklamların tüketicileri aldatıcı nitelik taşıdığı;

Diğer taraftan, anılan firmaya ait [www.firsat.me](http://www.firsat.me) adresli internet sitesinde satışı yapılan paket turların tanıtımına ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda “casino” görüntülerine yer verildiği, ancak Türkiye Cumhuriyeti sınırlarında Kanunlarla yasaklanmış bulunan kumar fiiline ilişkin olarak; oynamak ve oynatmak, buna vesile olmak, yönlendirmek, aracılık etmek, özendirmek ve imkan sağlamak yasadışı bir faaliyet olarak belirlendiğinden, inceleme konusu reklamlarda bu kapsamda görüntülere yer verilmesinin yasadışı davranışları özendirici nitelikte değerlendirildiği; dolayısıyla söz konusu reklamlarda tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici, gerçeği yansıtmayan, ispata muhtaç ve mevzuata aykırı ifade ve görüntülere yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, dürüst rekabet ilkelerine aykırı davranıldığıve benzer firmalar arasında haksız rekabete yol açıldığı, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-c, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-ç, 9/1, 9/4, 13/1, 13/2, 13/3, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**64)**

**Dosya No: 2016/53**

**Şikayet Edilen: Çolakoğlu Oto. Tur. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Belkon Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Belkon Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Çolakoğlu Oto. Tur. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait *“Belkon Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Belkon Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.otelz.com](http://www.otelz.com) adresli internet sitelerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Çolakoğlu Oto. Tur. İnş. 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.

**65)**

**Dosya No: 2016/34**

**Şikayet Edilen: Fine Otel Turizm İşletmecilik A.Ş. (Rixos Beldibi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Rixos Beldibi”***isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Fine Otel Turizm İşletmecilik A.Ş.’ye ait *“Rixos Beldibi”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinde *“5 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Rixos Beldibi”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) 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 **Fine Otel Turizm İşletmecilik A.Ş. (Rixos Beldibi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2015/236**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinde; “booking.com” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; ***“Şirketimiz; The Priceline Group (Nasdaq: PCLN) işitirakı olan Booking.com B.V., internet üzerinden oda satışı bakımından dünya lideri otel rezervasyon acentesi Booking.com™'un işletmecisi ve sahibidir. Her gün Booking.com üzerinden 950.000 ve üzerinde geceleme rezervasyonu yapılmaktadır. Booking.com websitesi ve uygulamaları, hem eğlence hem de iş pazarından ziyaretçileri çekmektedir. 1996'da kurulan Booking.com B.V., küçük aile pansiyonlarından executive daireler ve beş yıldızlı lüks otellere kadar her tür konaklamada en iyi fiyatı garantilemektedir. Booking.com tarafından kurulan Villas.com sitesi kendinden mutfaklı tesislere de odaklanmaktadır. Uluslararası özelliğe sahip Booking.com, 40’ın üzerinde dilde hizmet vermekte; 221 ayrı ülke ve bölgelerde 846.107 aktif tesis sunmaktadır. Genel merkezi Hollanda Amsterdam'da bulunan Booking.com B.V. dünya çapında 60'tan fazla ülkede 173 ofis tarafından desteklenmektedir: Akra - Amsterdam - Antalya - Atlanta - Atina - Auckland - Bangalore - Bangkok - Barselona - Berlin - Bogota - Bolzano - Bombay - Bordeaux - Boston - Bratislava - Brüksel - Budapeşte - Buenos Aires - Bükreş - Cakarta - Cancún - Calgary - Cambridge - Cancun - Cape Town - Chengdu - Cidde - Dallas - Denver - Dubai - Dublin - Düsseldorf - Edinburgh - Faro - Floransa - Freiburg im Breisgau - Fukuoka - Guangzhou - Grand Rapids - Haikou - Hamburg - Hanoi - Helsinki - Ho Chi Minh City - Hong Kong - Honolulu - Houston - İnnsbruck - İstanbul - Johannesburg - Kahire - Kandiye - Katanya - Kazablanka - Kiev - Ko Samui - Kolombo - Kopenhag - Krakow - Kuala Lumpur - Kuta (Bali) - Las Palmas de Gran Canaria - Las Vegas - Lille - Lima - Limasol - Lizbon - Ljubljana - Londra - Los Angeles - Ljubljana - Lyon - Madrid - Málaga - Manchester - Manila - Marakeş - Meksiko - Melbourne - Miami - Milano Montpelier - Montréal - Moskova - Münih - Naha - Nairobi - Natal - New Orleans - New York - Nice - Norwalk - Orlando - Osaka - Oslo - Palma de Mallorca - Panama City - Paris - Pekin - Phoenix - Phuket - Porto Alegre - Prag - Rennes - Reykjavik - Riga - Rimini - Rio de Janeiro - Roma - Sallanches - Salzburg - San Diego - San Francisco - San Jose - San Juan - Santiago - Santo Domingo - São Paulo - Sapporo - Seattle - Selanik - Seul - Sevilla - Sidney - Siem Reap - Singapur - Sochi - Sofya - Sorrento - Stokholm - Strazburg - Şanghay - Şikago - Taipei - Talinn - Tel Aviv - Tiflis - Tokyo - Toronto - Vancouver - Varşova - Venedik - Vilnius - Viyana - Washington - Yangon - Yeni Delhi - Yogyakarta - Zagreb – Zürih. Booking.com B.V. şirketinin sicili Hollanda Amsterdam'da bulunan Ticaret Odasına 31047344 numarası ile kayıtlıdır. KDV kayıt numarası: NL805734958B01. Hollanda Veri Koruma İdaresi kayıt numarası: 1288246. Ekibimiz; Booking.com'un dünya çapında, müşterilerine ve otel ortaklarına hizmet veren 8600'den fazla çalışanı vardır. Misyonumuz; Bütçeleri ne olursa olsun eğlence ve iş gezilerinde kullanıcıların dünya çapında kalabileceği en iyi yerleri kolaylıkla keşfetmesini, rezervasyon yapmasını ve buralarda gezilerinin tadını çıkarmasını sağlamak. Vizyonumuz; Booking.com olarak bilgilendirici, kullanıcı dostu ve en iyi fiyatları garanti eden bir internet sitesi sunmayı amaçlıyoruz. Hedefimiz, dünyanın neresinde olursa olsun iş veya eğlence seyahatindeki herkese çok çeşitli konaklama seçeneklerini keşfetmek ve ayırtmak için kullanımı en kolay ve en hesaplı rezervasyon sistemini sağlamaktır. Otel ve İçerik departmanlarımız; şeffaflık, müsaitlik ve tüm müşterilerimiz için en iyi fiyatlandırmayı sağlayabilmek için tesis ortaklarımıza yerel ofislerden destek vermektedir. Birden fazla dil bilen Müşteri Hizmetleri, müşterilerimizin konaklamalarının beklentilerini karşılaması veya aşması için onların haklarını korur ve 7/24 yardım sunar. Müşterinin kazancı; En düşük fiyatlar; Booking.com, hem şehirlerde hem de deniz kenarı veya kırsal bölgelerde en iyi otel fiyatlarını garanti etmektedir. Rezervasyon ücreti yok; Booking.com'un rezervasyon hizmeti ücretsizdir. Sizden herhangi bir rezervasyon ücreti veya ek olarak idari ücret talep etmeyiz, birçok oda ise ücretsiz iptal olanağı sunar. Güvenli rezervasyon; Booking.com rezervasyon sistemi güvenli olup kredi kartı ve kişisel bilgileriniz şiferelenmektedir. Güvenliğinizi garantilemek için yüksek bir standartta çalışmaktayız. Otel ortaklarının kazancı; Web sitemizde her hafta 4.5 milyondan fazla gecelik oda rezervasyonu gerçekleşmektedir. Booking.com; uygun maliyetli, komisyon üzerine kurulu bir model, 8000'den fazla ortak web sitesinin bulunduğu bir ağ ve kazancınızı en üst düzeyde tutmak için kişiye özel hesap yönetim servisi sunmaktadır.”***şeklinde ifadelere; ayrıca **“Booking.com ve iştirakler hakkında”** başlığı altında***, “Booking.com’un genel merkezi Hollanda’nın Amsterdam şehrinde bulunmakta olup, kuruluşun dünya çapında çeşitli iştirakleri vardır. İştirakler Booking.com’a sadece dahili destek sağlamakta olup Booking.com yararına çalışmaktadır. İştiraklerin hizmet sağlamaya, Booking.com’u temsil etmeye veya Booking.com için, adına veya Booking.com’u temsilen herhangi bir sözleşme imzalamaya yetkileri yoktur. İştirakler Booking.com’a bağlı acente ya da servis temsilcisi olarak çalışmaya izinli değildir. Booking.com, Amsterdam’daki kayıtlı ofisi dışında, (iştiraklerine ait ofisler de dahil olmak üzere) hiçbir yerde veya dünyadaki hiçbir ofiste yer almamaktadır.”***ifadelerine yer verildiği; İstanbul Ticaret Odası’nın resmi web sayfası üzerinden yapılan incelemede, Bookingdotcom Destek Hizmetleri Limited Şirketi’nin iş konusunun, ***“Türkiye ve diğer ülkelerde ana firmasının sahip olduğu altyapı üzerinden oteller ve her türlü konaklama tesisleri arasında her türlü ticari ilişkilerin kurulması ve gerekli sözleşmelerin düzenlenmesiyle onlara satış hizmetinin sağlanması konusunda destek vermektir ve ana sözleşmesinde yazılı olan diğer işler”***şeklinde tanımlandığı; Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı resmi internet sitesi üzerinde yapılan incelemede ise; [www.booking.com](http://www.booking.com) adresli internet sitesinin Hollanda menşeili olduğu ve sitenin yer ve erişim sağlayıcısının “Booking.com BV” olduğu tespit edilmiştir.

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

**67)**

**Dosya No: 2015/1665**

**Şikayet Edilen:** **Erzincan Kent Otel**

**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 **Erzincan Kent Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2015/1666**

**Şikayet Edilen:** **Hotel Grand Alemdar**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hotelgrandalemdar.com](http://www.hotelgrandalemdar.com) adresli internet sitesi ile tesis tabelasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28/10/2015, 7/1/2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Söz konusu tesisin [www.hotelgrandalemdar.com](http://www.hotelgrandalemdar.com) adresli internet sitesi iletesistabelasında “5 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.hotelgrandalemdar.com](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.hotelgulistan.com) adresli internet sitesinin 28/10/2015 ve 7/1/2016 tarihli görünümleri ile tesisin tabelasında “5 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 **Hotel Grand Alemdar** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**69)**

**Dosya No: 2015/1783**

**Şikayet Edilen:** **Geziyeri Otelcilik Tur. San. ve Tic. A.Ş. Manavgat Şubesi (The Colours Side Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.thecoloursside.resort-hotel.com.tr](file:///%5C%5CAnkticfs1%5Creklam%5CGEREK%C3%87EL%C4%B0%20KARAR%5C246%5Cwww.thecoloursside.resort-hotel.com.tr) adresli internet sitesinde, tesis tabelasında ve tesise ait basılı dokümanlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16/12/2015, 4/2/2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela, Basılı Döküman

**Tespitler:** Söz konusu tesisin tabelasında, tesise ait basılı dokümanlarda ve [www.thecoloursside.resort-hotel.com.tr](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.thecoloursside.resort-hotel.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda “4 Yıldızlı Otel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "3 Yıldızlı Otel" Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına rağmen tesisin tabelasında, tesise ait basılı dokümanlarda ve [www.thecoloursside.resort-hotel.com.tr](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.thecoloursside.resort-hotel.com.tr) adresli internet sitesinin 16/12/2015 ve 4/2/2016 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda “4 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 **Geziyeri Otelcilik Tur. San. ve Tic. A.Ş. Manavgat Şubesi (The Colours Side Hotel)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2015/1760**

**Şikayet Edilen:** **Akdağ Aberna Otel**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.abernaotel.com](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.hotelgulistan.com) adresli internet sitesi ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10/12/2015, 4/2/2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela

**Tespitler:** Söz konusu tesisin [www.abernaotel.com](file:///D%3A%5CUsers%5C20228359674%5CDesktop%5Cwww.hotelgulistan.com) adresli internet sitesi ile tesise ait tabelada “4 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.abernaotel.com](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.hotelgulistan.com) adresli internet sitesinin 10/12/2015 ve 4/2/2016 tarihli görünümleri ile tesise ait tabelada “4 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 **Akdağ Aberna Otel** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2015/1782**

**Şikayet Edilen:** **RTR Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. (Tourist Hotel Antalya)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.touristhotelantalya.com](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.touristhotelantalya.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9/11/2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu tesisin [www.touristhotelantalya.com](file:///D%3A%5CUsers%5C20228359674%5CDesktop%5Cwww.touristhotelantalya.com) adresli internet sitesinde “Boutique Hotel” olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "3 Yıldızlı Otel" Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına rağmen tesise ait [www.touristhotelantalya.com](file:///D%3A%5CUsers%5C13861196454%5CDesktop%5Cwww.touristhotelantalya.com) adresli internet sitesinin 9/11/2015 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarda “Boutique Hotel” 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 **RTR Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. (Tourist Hotel Antalya)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma** **cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2015/1430**

**Şikayet Edilen: Yaşar ÇAVUŞOĞLU (Pınar Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Pınar Otel”* isimli tesisin [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelalarda Butik Otel olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** “Pınar Otel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitesinin 12.11.2015 tarihli görünümünde ve tesise ait tabelalarda “Butik Otel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri.

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**73)**

**Dosya No: 2015/1432**

**Şikayet Edilen: Kalegon Tur. İnş. Gıd. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Kalegon Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.etstur.com](http://www.etstur.com) ve ayderkalegon.com adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelalarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015, 25.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Kalegon Otel”* isimli tesise ilişkin olarak, [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.etstur.com](http://www.etstur.com) ve ayderkalegon.com adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelalarda “4 Yıldızlı Otel” ve "Butik Otel" şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** *“Kalegon Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) [www.etstur.com](http://www.etstur.com) ve ayderkalegon.com adresli internet sitelerinin 12.11.2015 ve 25.12.2015 tarihli görünümlerinde ve tesise ait tabelalarda *“Butik Otel”,* yine ayderkalegon.com adresli internet sitesinin 12.11.2015 tarihli görünümünde *“4 Yıldızlı 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, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kalegon Tur. İnş. Gıd. 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.

**74)**

**Dosya No: 2015/1431**

**Şikayet Edilen: Dere Danışmanlık Hizmetleri Enerji Tur. Gıd. San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. (Dere Otel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015, 25.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Dere Otel”* isimli tesise ilişkin olarak, [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.tatilcity.com](http://www.tatilcity.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada "Butik Otel" şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** “Dere Otel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın www.heryerdentatil.com ve www.tatilcity.com adresli internet sitelerinin 12.11.2015 ve 25.12.2015 tarihli görünümlerinde ve tesise ait tabelada “Butik Otel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**75)**

**Dosya No: 2015/1434**

**Şikayet Edilen:** **Ayder Birlik Turizm Taşımacılık ve İnş. Ltd. Şti. (Ayderoom Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ayderoom.com](http://www.ayderoom.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Ayderoom Otel”* isimli tesise ilişkin olarak, [www.ayderoom.com](http://www.ayderoom.com) adresli internet sitesinde ve tesise ait tabelada "4 Yıldızlı Otel" şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** “Ayderoom Otel” isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın www.ayderoom.com adresli internet sitesinin 12.11.2015 tarihli görünümünde ve tesise ait tabelada “4 Yıldızlı Otel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**76)**

**Dosya No: 2015/1436**

**Şikayet Edilen:** **Ayder Avusor Otel**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015, 24.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Ayder Avusor Otel”* isimli tesise ilişkin olarak, [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.ayderavusorotel.com](http://www.ayderavusorotel.com) adresli internet sitelerinde ve tesise ait tabelada "Butik Otel" şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** *“Ayder Avusor Otel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.ayderavusorotel.com](http://www.ayderavusorotel.com) adresli internet sitelerinin 12.11.2015 ve 24.12.2015 tarihli görünümlerinde ve tesise ait tabelada *“Butik Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**77)**

**Dosya No: 2015/1086**

**Şikayet Edilen:** **Kent Tur. Yatırımları İnş. San. ve Tic A.Ş. (Kapadokya Kent Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tesise ait broşürlerde ve kenttermalotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.08.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Kapadokya Kent Otel”* isimli tesise ilişkin olarak, tesise ait broşürlerde ve kenttermalotel.com adresli internet sitesinde "Termal Otel" ve “4 Yıldızlı Otel” şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** “Kapadokya Kent Otel” isimli tesisin Sağlık Bakanlınca verilen Termal Tesis İzin Belgesi’ne sahip olmamasına karşın kenttermalotel.com adresli internet sitesinin 25.08.2015 tarihli görünümünde ve tesise ait broşürlerde “Kapadokya Kent Termal Otel” şeklinde, “Termal Tesis” olarak tanıtımının yapılmasının ve anılan tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, tesise ait broşürlerde “4 Yıldızlı Otel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Kent Tur. Yatırımları 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.

**78)**

**Dosya No: 2015/1369**

**Şikayet Edilen:** **Durmazlar Tur. ve Tic. A.Ş. (Pineta Club Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** pineta-club-hotel.marmaris-hotel.net ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinde yer alan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Pineta Club Hotel”* isimli tesise ilişkin olarak, pineta-club-hotel.marmaris-hotel.net ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinde “4 Yıldızlı Otel” şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** *“Pineta Club Hotel”* isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesine sahip olmamasına karşın, *“*pineta-club-hotel.marmaris-hotel.net ve [www.trivago.com.tr](http://www.trivago.com.tr) adresli internet sitelerinin 03.11.2015 tarihli görünümlerinde *“4 Yıldızlı Otel”* olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Durmazlar 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.

**79)**

**Dosya No: 2015/1433**

**Şikayet Edilen:** **Çamlıhemşin Tur. ve İnş. Yat. A.Ş. (Kaçkar Resort Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Yapılan incelemede**,** *“Kaçkar Resort Otel”* isimli tesise ait tabelada “4 Yıldızlı Otel” şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** 3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş “Kaçkar Resort Otel” isimli turizm işletmesinin, 01.10.2015 tarihinde, tesise ait tabelada “4 Yıldızlı Otel” olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-g, 9/1, 9/4, 28/1, 28/2, 28/4, 29/1, 29/2 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin; A/2, A/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**80)**

**Dosya No: 2015/1759**

**Şikâyet Edilen: Piyalepaşa Gayrimenkul Geliştirme Yatırımı ve Ticaret A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Piyalepaşa İstanbul İnşaat'a ait reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım - Aralık 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet, dergi, gazete, billboard

**Tespitler:** Muhtelif mecralarda yer alan reklamlarda;inşaat alanındaişçilerin kafasına elma düştüğü, insanların şantiye içerisinde gezdiği, kahve içtiği, çocukların karşıdan karşıya geçtiği, arabaların havada uçtuğu görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından sunulan açıklamalar 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.

**81)**

**Dosya No: 2015/1563**

**Şikayet Edilen: Bambi Deri Mamülleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait mağaza vitrininde bulunan afişlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Mağaza Vitrini

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait Bambi mağazalarının Gebze AVM’de bulunan şubesinde vitrine yerleştirilen tanıtım afişlerinde ana vaad olarak, “***Tüm*** *ürünlerde %60’a varan + 2. Üründe ekstra %30 indirim”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ilgili afişin dipnotunda ise “*Belirli ürünler kampanya dışındadır.*” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait Bambi mağazalarının Gebze AVM’de bulunan şubesinde vitrine yerleştirilen tanıtım afişlerinde ana vaad olarak, “***Tüm*** *ürünlerde %60’a varan + 2. Üründe ekstra %30 indirim”* şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, ilgili afişin dipnotunda yer alan “*Belirli ürünler kampanya dışındadır.*” ifadesinin, afişte belirtilen ve ana vaat olan “tüm ürünlerde indirim” taahhüdü ile çeliştiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin gerçeği yansıtmadığı, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen bu durumun aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 9/4, 18/6 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**82)**

**Dosya No: 2015/1800**

**Şikayet Edilen: Şencan ÖĞRETİR (Şengaz)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait “Facebook” sayfasında, Google araması sonuçlarında, tabela ve afişlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela, Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait facebook sayfasında “*Demirdöküm Yetkili Servisi*” ifadelerinin yer aldığı, bunun yanında Google araması sonucunda da firma isminin yanında yine aynı şekilde “*Demirdöküm Yetkili Servisi*” ifadesinin bulunduğu, firmaya ait işyerinde “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı tabela kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma ile “Demirdöküm” firması arasında herhangi bir yetkili servislik sözleşmesi bulunmamasına rağmen, firmaya ait facebook sayfasında “*Demirdöküm Yetkili Servisi*” ifadelerinin yer aldığı, bunun yanında Google araması sonucunda da firma isminin yanında yine aynı şekilde “*Demirdöküm Yetkili Servisi*” ifadesinin bulunduğu, firmaya ait işyerinde “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı tabela ve afişlerin kullanıldığı, bu suretle tüketicilerde yetkili servis olunduğuna dair bir algı oluşturulduğu ve tüketicilerin yanlış yönlendirildiği, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-f, 9/4, 11/1-a, 11/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**83)**

**Dosya No: 2015/1898**

**Şikayet Edilen: Sevimli Dayanıklı Tüketim Malları Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sevimliticaret.com](http://www.sevimliticaret.com) adresli internet sitesi ile tabela ve afişlerde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Tabela, Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait [www.sevimliticaret.com](http://www.sevimliticaret.com) adresli internet sitesinin Google aramasında firma isminin yanında *“Demirdöküm yetkili servisi”* ifadesinin bulunduğu, yine aynı internet sitesinde “*2010 senesinden itibaren Demirdöküm V.I.P ünvanı ile taçlandırdığımız servisimiz sizlerin sorun ve sorularını çözmek, yardımcı olabilmek için bir telefon kadar yakın ve yanınızdadır*” ifadelerine yer verildiği, firmaya ait işyerinde “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı tabela ve afişlerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma ile “Demirdöküm” firması arasında herhangi bir yetkili servislik sözleşmesi bulunmamasına rağmen, firmaya ait [www.sevimliticaret.com](http://www.sevimliticaret.com) adresli internet sitesinin Google aramasında firma isminin yanında *“Demirdöküm yetkili servisi”* ifadesinin bulunduğu, yine aynı internet sitesinde bu yönde bir algı oluşturacak şekilde *“2010 senesinden itibaren Demirdöküm V.I.P ünvanı ile taçlandırdığımız servisimiz sizlerin sorun ve sorularını çözmek, yardımcı olabilmek için bir telefon kadar yakın ve yanınızdadır*” ifadelerine yer verildiği, firmaya ait işyerinde “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı tabela ve afişlerin kullanıldığı, bu suretle tüketicilerde yetkili servis olunduğuna dair bir algı oluşturulduğu ve tüketicilerin yanlış yönlendirildiği, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-f, 9/4, 11/1-a, 11/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**84)**

**Dosya No: 2015/1922**

**Şikayet Edilen: Teksas Tekstil San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.markafoni.com](http://www.markafoni.com) adresli internet sitesinde yapılan ***“Hays Pijama Takımı”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından [www.markafoni.com](http://www.markafoni.com) adresli internet sitesinde, “Hays Pijama Takımı” isimli ürüne ilişkin gerçekleştirmiş olduğu tanıtımlarda; *“Hays Üst Dokuma Alt 2li Uzun Pijama Takımı”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Teksas Tekstil San. Tic. Ltd. Şti. tarafından [www.markafoni.com](http://www.markafoni.com) adresli internet sitesinde 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

**85)**

**Dosya No: 2015/1893**

**Şikayet Edilen: Akıllı Adam Basın Yayın Dağıtım Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait kitapların kapaklarında ve arka yüzlerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Kitap Kapakları

**Tespitler:** Firmatarafından Kamu Personeli Seçme Sınavı’na yönelik olarak yayınlanan muhtelif kitap ve yaprak testlerin kapaklarında ve arka yüzlerinde; ***“Sınav sorularını gören komisyon tarafından hazırlanmıştır”, “Akıllıadam yayınları alanında en çok satan kitaplar serisi.”, “Sınav sorularını gören “sır komisyon” tarafından hazırlanmıştır.”*** Şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından yayınlanan, Kamu Personeli Seçme Sınavı’na yönelik kitapların kapaklarında ve arka yüzlerinde yer alan; ***“Sınav sorularını gören komisyon tarafından hazırlanmıştır”, “Akıllıadam yayınları alanında en çok satan kitaplar serisi.”, “Sınav sorularını gören “sır komisyon” tarafından hazırlanmıştır.”*** şeklindeki ifadeler ile, Kamu Personeli Seçme Sınavı sorularını hazırlayan ÖSYM bünyesindeki komisyonların, söz konusu kitapları da hazırladığı algısının oluşturulduğu, bahsi geçen kitapları satın alan öğrencilerin ilerleyen sınavlarda çıkacak soruları bu kitaplarda bulabileceği yönünde oluşturulan bu algının gerçeğe aykırı olduğu ve haksız rekabete yol açtığı, bununla birlikte yine yayımların arka yüzlerinde yer alan *“…alanında en çok satan kitaplar serisi*.” ifadesinin de hukuken kabul edilebilir herhangi bir delille ispatlanmadığı; dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararını etkileyen ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 9/4 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Akıllı Adam Basın Yayın Dağıtım Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.505-TL (Beşbinbeşyüzbeş Türk Lirası)** **idari para ve** **anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2015/1766**

**Şikâyet Edilen: Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“Temiz İlanlar – Tekrar Eden İlanlara Veda”*** başlıklı reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.11.2015, 01.12.2015

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

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında 02.11.2015 ve 01.12.2015 tarihlerinden itibaren yayınlanan “Temiz İlanlar” başlıklı reklam filminde; *“…Her işin bir uzmanı var girin hurriyetemlak.com’a onlarda tekrar eden ilan yok”, “Şu hayatta her şey olur, bizde tekrar eden ilan olmaz, hurriyetemlak.com’a gelin Temiz İlanlarla tanışın, Tekrar Eden İlanlarla Vedalaşın…”* şeklinde ifadelere,

Hürriyet Gazetesi’nin 03.12.2015 ve 14.12.2015 tarihli basımları ile Hürriyet Gazetesi’nin Kelebek ekinin 07.02.2016 tarihli basımında; *“ŞU HAYATTA HER ŞEY OLUR, HÜRRİYET EMLAK’TA TEKRAR EDEN İLAN OLMAZ! Türkiye’nin emlak platformu hurriyetemlak.com’a gelin, temiz ilanlarla tanışın, tekrar eden ilanlarla vedalaşın.”* şeklinde ifadelere,

www.hurriyetemlakgündemi.com adresli internet sitesinde; *“ŞU HAYATTA HER ŞEY OLUR HÜRRİYET EMLAK’TA TEKRAR EDEN İLAN OLMAZ! Türkiye’nin emlak platformu hurriyetemlak.com’a gelin, temiz ilanlarla tanışın, tekrar eden ilanlarla vedalaşın.”* şeklinde ifadelere,

Hürriyet Mobil ve Hürriyet Kelebek Mobil sitelerinde; “*Hürriyet Emlak’ta tekrar eden ilen olmaz*” şeklinde, sosyal internet sitesi platformlarından olan Facebook’ta, “*Facebook fikri gibi bir fikir bulursun, Hürriyet Emlak’ta tekrar eden ilan bulamazsın!*” şeklinde, Twitter’da “*Tweet atmayan bile fenomen olur, Hürriyet Emlak’ta tekrar eden ilan olmaz”* şeklinde, YouTube ve Google’da *“Şu hayatta her şey olur Hürriyet Emlak’ta tekrar eden ilan olmaz”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklam filminde yer verilen *“Her işin bir uzmanı var girin hurriyetemlak.com’a onlarda tekrar eden ilan yok”* ifadesi ile hurriyetemlak.com adresli emlak sitesi dışındaki emlak sitelerinin tekrar eden ilanlar içerdiği algısı yaratılarak diğer emlak sitelerinin kötülendiği ve haksız rekabet yaratıldığı, bununla beraber satılmış ya da kiralanmış olmasına rağmen aynı ilanların anılan internet sitesinde yayınlanmaya devam edildiği, “*temiz ilanlar”* ifadesinin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, dolayısıyla, “*Hürriyet Emlak’ta tekrar eden ilan olmaz”* iddiasının hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı anlaşılmıştır.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 8, 9, 10 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**87)**

**Dosya No: 2014/873**

**Şikâyet Edilen: E Tüketici Bilgilendirme Danışmanlık** **İletişim Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.06.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** 0312 324 25 00 numaralı telefon hattı aracılığıyla 02/06/2014 tarihi öncesi ve sonrası kimi zamanlarda tüketicilerin aranması suretiyle; tüketiciler ile kurulan tüketici kredi sözleşmelerine ilişkin olarak bankalar tarafından tahsil edilen dosya masraflarının iadesi konusunda danışmanlık yapıldığı 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 firma tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğu izleniminin yaratıldığı;

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

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

Bu nedenle söz konusu hususların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **E Tüketici Bilgilendirme Danışmanlık İletişim Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**88)**

**Dosya No: 2015/1297**

**Şikâyet Edilen: Esra KABAKÇI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** Muhtelif tüketicilerin aranarak, “*Tüketici Hakları Genel Müdürlüğünden arıyoruz. Kredi kartınızdan kesilen aidatlarınızı iade ediyoruz*” bankalarca kredi kartı aidatlarının geri alındığı yönünde bilgi verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu aramalarda yapılan tanıtımlar aracılığıyla bankalar tarafından tahsil edilen kredi dosya ve kredi kart aidat 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 ve kredi kartı aidat masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel hizmet sunulduğu;

Devletin yasal bir kurumunun ismi kullanılarak tüketicilerin yanlış yönlendirildiği;

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

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

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 28, 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 **Esra KABAKÇI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2015/1291**

**Şikâyet Edilen: Esnaf Görsel Yapım Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** *“TV 41”* logosu ile yayın yapan televizyon kanalında bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı ve dosya masraflarının iadesine yönelik olarak yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** "TV 41" logosu ile yayın yapan televizyon kanalında, 01.12.2014 tarihinde yapılan tanıtımlarda, *"Varan 1: Kredi kartı sahipleri, bankalardan kredi çekip dosya masrafı ödeyenler.. Varan 2: Elektrik faturası ödeyenler, ekran başına.. Az sonra.. Yargıtay son sözü söyledi. Son 10 yıl içinde Bankalar tarafından alınan kredi kartı aidatları ve kredi dosya masrafları banka mağdurlarına geri ödenecek. Son üç yıl içerisinde elektrik faturalarına yansıyan kayıp kaçak ve diğer haksız kesintilerden dolayı vatandaştan alınan tüm paralar halkımıza geri ödenecek. 0212 925 2303. Merhaba, burası Sektörel Danışmanlık bilgilendirme merkezi. Ben Nurseli İdiz. Bugün siz değerli izleyicilerimizi 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun hakkında Yargıtay 13. Hukuk Dairesi 'nin almış olduğu bir kararla ilgili olarak bilgilendireceğiz. Bankalardan alınan kredi kartlarının yıllık aidatlarını, bankalardan alınan ev, araç, ihtiyaç, eğitim gibi kredilerin dosya masraflarını bu çıkan yeni karar sayesinde tüketiciler bankalardan yeniden tahsil edebilmektedirler. Nasıl oluyor diyorsanız izleyin lütfen. Kredi kartı mağdurlarına müjde! Tüketicinin Korunması Kanunu uyarınca Yargıtay 13. Hukuk Dairesi 'nin varmış olduğu 4077 sayılı karara göre kullanmış olduğun kredi kartlarından alınmış ücretleri ve kullanmış olduğun kredilerden kesilen dosya masraflarını geri alabiliyorsunuz. Bankalar bu ücretleri 10 yıl geriye dönük hesaplayarak faiziyle ödemek zorundadır. Bilgi almak ve işlemlerinizi başlatmak için vereceğimiz telefon numarasını aramanız yeterlidir. 0212 925 2303. Tüketicilerin bireysel başvurularında bankalar bu ücreti geri ödememek için tüketiciyi caydırmaya yönelik tutum sergilemektedir.* ***Başvurularınızı danışma merkezi aracılığıyla yaptığınızda bütün işlemleriniz yasal prosedürlere uygun olarak yürütüldüğü için bankaların herhangi bir zorluk çıkarmaları mümkün değildir. Böylelikle işlemleriniz en kısa sürede sonuçlandırılarak bu ücretlerin tarafınıza ödenmesi sağlanır.******Elektrik aboneleri dikkat!*** *Son üç yıldır başkalarının kullandığı kaçak elektriğin bedelinin bizim cebimizden çıktığını biliyor muydunuz? Dağıtım bedeli, personel satış hizmeti bedeli, sayaç okuma bedeli, iletişim sistemleri bedeli adı altında milyonlarca lirayı masum gariban halk ödedi. Hukuk bu olaya el atmasaydı mağduriyet sonsuza dek sürebilirdi. Nihayet Yargıtay da son noktayı koydu. Son yıllarda başkalarının kullandığı kaçak elektriğin bedelini elektrik faturalarında kayıp kaçak bedeli, personel satış hizmet bedeli, sayaç okuma bedeli adı altında sizlerden para çıkmaktadır. İletişim sistemleri artık elektrik faturalarınızın %30 una varan bu bedelleri faiziyle birlikte 3 yıl geriye dönük olarak alabileceksiniz. Yargıtay'ın almış olduğu 2014/679 sayılı karara göre son üç yıl içerisinde elektrik faturalarına yansıyan kayıp kaçak, dağıtım bedeli, personel satış hizmeti bedeli, sayaç okuma bedeli, iletişim sistemleri bedeli ve diğer haksız kesintilerden dolayı tüketicilerden alınan tüm paralar geri ödenecektir. Çağrı merkezimizdeki danışmanlarımızla görüşmeniz neticesinde uzmanlar tarafından adınıza hazırlanan dosya adresimize gönderilecek ve bu dosyayla sizden fazladan alınan paraları kolayca geri alabileceksiniz. 0212 925 2303.* ***Danışma merkezimiz******aracılığıyla Tüketici Hakem heyetlerine başvuran binlere tüketici kredi kartı aidat ve dosya******masraflarını geri aldı. İşlemlerinizi öncelikli olarak başlatmak için vereceğimiz telefon******numaralarını aramanız yeterlidir. 0212 925 2303. Hemen arayın ve yasal hakkınızı öncelikli******olarak kullanın!*** *Unutmayın, sizi arayan herhangi bir kişi veya kurumla adınız, soyadınız ve adresiniz haricinde TC kimlik numaranız ve kimlik bilginizdeki başka bir ayrıntıyı sakın paylaşmayın. Sizi arayana kesinlikle kredi kartı numaranızı vermeyin. İsterseniz Tüketici Hakları Derneklerinden yardım alabilirsiniz, güvenilir danışmanlık şirketlerinden destek alabilirsiniz. Dilerseniz ekranda paylaştığımız numarayı şimdi arayarak bilgi edinebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu televizyon kanalında yapılan tanıtımlarda bankalar tarafından tahsil edilen kredi dosya ve kredi kart aidat masraflarının ve faturalara yansıyan kayıp kaçak bedelinin 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 firma tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi dosya ve kredi kartı aidat 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;

Diğer taraftan; anılan televizyon kanalında yayınlanan reklamda yer verilen ifadelerle Yargıtay 13. Hukuk Dairesi’nin kararı emsal gösterilmek suretiyle; kredi kartı aidatları ve dosya masraflarının geri alınabileceği ve bankaların bu ücretleri 10 yıl geriye dönük olarak hesaplayarak faiziyle ödemek zorunda olacağı şeklinde ifadelere yer verilerek tüketicilerin yanıltıldığı, nitekim 10 yıl önceye kadar dahi olsa her bir tüketici açısından tek tek sözleşmelerine bakılacağı, bu süreçte kimi bazı bankalar haklı-makul-belgeli şekilde dosya masrafı almaya devam etmiş olduğundan, bu sözleşmelere taraf olan tüketicinin sözleşmesinde yer alan ve yazılı yani tüketicilerin önceden bildiği masraflar kendilerine geri ödenmeyeceği, dolayısıyla bu kararın tüm tüketiciler için geçerli olduğu algısı yaratılarak tüketicilerin yanlış yönlendirildiği;

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 mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5, 7, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Esnaf Görsel Yapım Sanayi ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.000-TL (Onbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.