**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  10 Mayıs 2016

**Toplantı Sayısı :** 248

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2015/1334**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Ege ve Akdeniz Sahillerinde En Hızlı Mobil İnternet"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.08.2015-30.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** 01.08.2015-30.10.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“Ege ve Akdeniz Sahillerinde En Hızlı Mobil İnternet”**başlıklı reklamların ana vaadinde;***“Ege ve Akdeniz sahillerinde en hızlı mobil internetin Vodafone’da olduğu test edildi, onaylandı. Siz siz olun, bu yaz tatile telefonla değil, Vodafone’la çıkın. Vodafone’da kolayı var”*** ifadelerine, durağan yazıda “*İzmir-Antalya sahil hattı boyunca yapılan test sonuçlarına göre, veri indirme/yükleme hızı/web sayfası görüntülemede”* ifadelerine ve altyazıda *“Mobil internet hızı, kapsama alanına, coğrafi koşullara, şebeke yoğunluğuna, kullanılan cihaza ve bağlanılan siteye göre değişebilir. Test, bağımsız kuruluşunca BTK metodolojisine uygun olarak, İzmir-Antalya sahil şeridinde veri indirme ve yükleme hızı, web sayfası görüntüleme hızına göre yapılmıştır. Bilgi: vodafone.com.tr”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ***“Ege ve Akdeniz sahillerinde ne hızlı mobil internetin Vodafone’da olduğu test edildi, onaylandı. Siz siz olun, bu yaz tatile telefonla değil, Vodafone’la çıkın. Vodafone’da kolayı var”*** ifadelerine yer verilerek Ege ve Akdeniz bölgesinin tamamında en hızlı mobil internet hizmetinin firma tarafından sunulduğu izlenimi oluşturulmasına rağmen, durağan yazıda yer alan ***“İzmir-Antalya sahil hattı boyunca yapılan test sonuçlarına göre veri indirme/yükleme hızı”*** ifadeleri ile hız ölçümlerine ilişkin testlerin yalnızca İzmir-Antalya sahil şeridinde gerçekleştirildiğinin belirtildiği, ancak söz konusu testlerin Akdeniz Bölgesi’nde yer alan diğer illeri (Mersin, Adana ve Hatay) kapsamadığı bu durumun da ana vaat ile istisna arasında uyumsuzluğa yol açtığı ve ana vaadin gerçeği yansıtmadığı,

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

- Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 5 inci, 7 nci, 8 inci, 9 uncu, 18 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2015/1688**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Yeni Samsung Ailesi Vodafone Koruma Paketi ile Güvende"*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2015-22.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** **:** 01.10.2015-22.11.2015 tarihlerinde muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“Yeni Samsung Ailesi Vodafone Koruma Paketi ile Güvende”**başlıklı reklamların ana vaadinde;***“Samsung ve Vodafone sunar. Karşınızda Samsung Galaxy J Serisi. Karanlık ortamlarda bile selfie çekmenizi sağlayan ön flaşı, ultra güç tasarruf moduyla uzun süre dayanıklı şarj özelliği ve şimdi koruma paketiyle Vodafone’da. Yani telefonunuz hasar görse de çalınsa da Vodafone güvencesi altında. Vodafone’da kolayı var”*** ifadelerine, durağan yazıda “Galaxy J5, Galaxy J7”, *“Tarifeye ek 21 TL’den başlayan taksitlerle. 24 ay kalma sözünüze”* ifadelerine, altyazıda *“31.12.2015’e kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır. Geçerli tarifelerle cihazların taksitine 7 TL ek ödemeyle alınan Koruma Paketi içeriğinde değişiklik hakkı Vodafone’da saklıdır. Selfie flaşı Samsung Galaxy J5 ve J7’de bulunmaktadır. Tüm J serisi cihazlara ilişkin teknik özellikler, satın alım koşulları, geçerli tarifeler, ek ödemeler, kampanya koşulları ve Koruma Paketi ile ilgili detaylı bilgi: vodafone.com.tr”* ifadelerine ve firmaya ait [www.vodafone.com.tr](http://www.vodafone.com.tr) adresli internet sitesinin **“Çok Satanlar Masası Samsung Kampanyası”** başlıklı kısmında “Cihazınızı seçin: *“Samsung Galaxy J5: 31 TL’den başlayan fiyatlarla (…) Samsung Galaxy J7: 41 TL’den başlayan fiyatlarla (…) Samsung Galaxy J2: 21 TL’den başlayan fiyatlarla”* ifadelerine, ***“Vodafone Cep Kurtaran Paketi”*** başlıklı kısmında; *“Peşin: Cihazın tavsiye edilen son kullanıcı bedelinin %10’u. Taksit: Anlaşmalı banka kartları ile 9 taksit ile ödeme imkanı”* ifadelerine ve**“Cihazım onarılmazsa ne olur?”** başlıklı kısmında *“Cihazın arızası standard garanti şartlarında ise üretici tarafından bedelsiz değişim söz konusu olacaktır. Eğer kullanıcı hatası veya hırsızlık söz konusu ise sigorta poliçesi şartları gereği cihaz satın alma bedelinizin %30’unu Sigorta Şirketi’ne ödemeniz sonrasında değişim yapılacaktır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ve yukarıda belirtilen ifadeler değerlendirilmiş olup; firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak; ***“Samsung ve Vodafone sunar. Karşınızda Samsung Galaxy J Serisi. Karanlık ortamlarda bile selfie çekmenizi sağlayan ön flaşı, ultra güç tasarruf moduyla uzun süre dayanıklı şarj özelliği ve şimdi koruma paketiyle Vodafone’da”*** ifadelerine ve durağan yazıda ***“Tarifeye ek 21 TL’den başlayan taksitlerle”*** ifadelerine yer verilmesine rağmen, [www.vodafone.com.tr/online-satis/cok-satanlar-masasi.php](http://www.vodafone.com.tr/online-satis/cok-satanlar-masasi.php) adresli internet sitesinin **“Çok Satanlar Masası Samsung Kampanyası”** başlıklı kısmında 21 TL ve üstü taksit tutarının yalnızca Galaxy J2 isimli cihaz için geçerli olduğunun belirtildiği, ancak reklamlarda görsellerine yer verilen Galaxy J5 ve J7 cihazları için sırasıyla 31 ve 41 TL’den başlayan fiyatların geçerli olduğu bilgisine yer verildiği, dolayısıyla bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu ve reklamın ana vaadinde ***“Tarifeye ek 21 TL’den başlayan taksitlerle. 24 ay kalma sözünüze”*** ifadelerine yer verilmesine rağmen, altyazıda *“31.12.2015’e kadar geçerlidir. Stoklarla sınırlıdır. Geçerli tarifelerle cihazların taksitine 7 TL ek ödemeyle alınan Koruma Paketi içeriğinde değişiklik hakkı Vodafone’da saklıdır(…)”* ifadelerine yer verilerek reklamlarda tanıtımı yapılan koruma paketi için ödenecek ek 7 TL’lik tutarın, ana vaatte yer alan 21 TL’ye dahil olmadığının belirtildiği, bu durumun hem tüketiciler nezdinde anlam karışıklığına hem de ana vaat ile istisnası arasında uyumsuzluğa yol açtığı,

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

- Ticari Reklam Ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin, 5 inci, 7 nci, 9 uncu, 18 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**3)**

**Dosya No: 2015/1710**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Bayram Çekim Kalitesi”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan ***“Bayram Çekim Kalitesi”*** başlıklı televizyon reklamlarında ana vaat olarak “*Vodafone’nun binlerce çekim noktasına yaptığı yatırımlarla çok şey değişti.”* ifadesine, durağan yazı olarak da *“En hızlı arama başlatma. Her sene çok daha hızlı internet. En kesintisiz iletişim.”* ifadelerine yer verildiği; “*En kesintisiz iletişim”* iddiası haricinde tüm bu iddiaların bağımsız bir test kuruluşu tarafından yapılan raporlara dayandırıldığı, anılan iddia ile ilgili herhangi ibr bilgi ve belge sunulamadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan “*Vodafone’nun binlerce çekim noktasına yaptığı yatırımlarla çok şey değişti.”* ve *“En hızlı arama başlatma. Her sene çok daha hızlı internet.”*  ifadelerinin BTK test metodolojisine uygun şekilde bağımsız bir araştırma kuruluşu tarafından test edilerek onaylandığı ve bu ifade de herhangi bir kötüleme imasına rastlanmadığı; “*İstanbul, Bursa, Eskişehir, Ankara, Kayseri, Adana, Mersin, Konya ve İzmir’de yapılan testlere göre.”* ifadesi ile yapılan testlerin Türkiye’nin tümünü kapsıyormuş algısına yer vermeyecek şekilde reklamda yer aldığı; ancak, “*En kesintisiz iletişim”* iddiasına yönelik herhangi ibr bilgi ve belge sunulamadığı için bu iddianın kanıtlanamadığı;

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

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

**4)**

**Dosya No: 2016/304**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Türk Telekom’la Fiberle”*** başlıklı televizyon reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2016 – 05.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, Gazete

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan ***“Türk Telekom’la Fiberle”*** başlıklı televizyon reklamlarında ana vaat olarak; *“Avea, TTNET, Türk Telekom markaları birleşiyor, yani her yere fiber gücü geliyor. Hadi Türk Telekomla fiberle. Cebini fiberle, evini fiberle, tableti fiberle, laptopu fiberle. Türk Telekom ile haydi, tüm cihazlar şimdi. Her zaman her yerde fiber gücüyle. Hazır mıyız? Haydi, hep beraber fiberliyoruz. Fiber gücüyle herkes fiberliyor. Ağrı fiberliyor, Mersin fiberliyor, İzmir fiberliyor, Rize fiberliyor. Avea, TTNET ve Türk Telekom markaları birleşiyor. Bu birleşmeden fiber gücü doğuyor. Tek Telekom, Türk Telekom. Benimki niye olmuyor? Türk Telekom değildir o babacım. Türk Telekom ile herşey birleşiyor. Fiber gücüyle herkes fiberliyor.”* ifadelerine ve altyazıda ise *“Şirket tüzel kişilikleri korunmakta olup ev telefonu hizmetleri Türk Telekomünikasyon A.Ş. tarafından evde internet hizmetleri TTNET A.Ş. tarafından, mobil hizmetler Avea İletişim tarafından sunulmaktadır. Kullanılan tarife, paket, kampanya veya katma değerli servislerin isimleri güncellenebilecek olup bunun dışında fiyat içerik ve mevcut abonelik haklarında herhangi bir değişiklik olmayacak, aynen korunacaktır. Fiber erişimi Türk Telekomünikasyon A.Ş. fiber altyapısının 81 ilde kapsadığı alan geçerlidir. Türk Telekomünikasyon A.Ş. toptan altyapı hizmetlerini ilgili mevzuata uygun olarak tüm işletmecilere ayrım gözetmeksizin sunmaktadır. Detaylı bilgi için: turktelekom.com.tr”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, *“****- Benimki niye olmuyor? - Türk Telekom değildir o babacım.****”* ifadelerine yer verilmek suretiyle belirsiz bir üstünlük kavramı yaratılarak piyasada bulunan rakip firmaların kötülendiği ve firmanın tam olarak hangi alanda üstün olduğu konusunda herhangi bir ispat sunulamadığı; ayrıca, bu üstünlük kavramının da tüketiciler nezdinde açık ve net bir şekilde açıklanamadığı;

Dolayısıyla, reklamların tüketicileri yanlış yönlendirici ve anlam karışıklığına neden olacak nitelikte olduğu ve haksız rekabete yol açtığı, bu durumun da;

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

**5)**

**Dosya No: 2016/634**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Eskisini Getir Yenisini Götür”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde kampanya kapsamında olan veya olmayan telefonlara yönelik bir bilgiye rastlanmamıştır.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda, şikayetçinin iddiasının tersine kampanya kapsamında teslim edilecek eski telefonlara ilişkin herhangi bir marka ve model kısıtlaması olmadığı için konuya yönelik bir açıklama yapılmasının zorunlu olmadığı; 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.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**6)**

**Dosya No: 2016/760**

**Şikayet Edilen: Adnan TARAŞLI (Burdur Gazetesi) – YS Grup Medya Telekom- Enerji (**[**www.birlikhabergazetesi.com**](http://www.birlikhabergazetesi.com)**)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Burdur Gazetesi isimli gazetenin 01.02.2016 tarihli nüshası ile Birlik Haber Gazetesi isimli gazeteye ait www.birlikhabergazetesi.com adresli internet sitesinde yer alan ***“TBM’de Tüketici Bülteni”*** başlıklı yazı

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete, İnternet

**Tespitler: “TBM’den Tüketici Bülteni”** başlıklı yazıda; *“****Tüketici Başvuru Merkezi Hukuk Komisyonundan Av. Yeliz ÖZDEMİR*** *yaptığı yazılı açıklamada; Tüketicinin gündemini oluşturan gelişmeleri sizler için takip ediyoruz. Hızlı değişimin yaşandığı tüketici gündeminin özet ve hatırlatma olarak tüketiciye sunmanın faydalı olacağını düşüncesiyle bülten hazırlanmıştır. Tüketici için önemli gelişmeler ve değerlendirmeleri sizlerin takdirlerine sunuyoruz. Bültenin faydalı olmasını dileriz. Kayıp-kaçak bedeline ilişkin önemli karar: ‘sadece kayıp-kaçak değil sayaç okuma bedeli de geri ödenecek’. Bursa’da 2004 yılından bu yana elektrik faturasından alınan kayıp kaçak bedelinin geri ödenmesini isteyen D.E. , tüketici hakem heyetine başvurdu. Haklı bulunan tüketiciye dağıtım şirketi 649 lira kayıp kaçak ve sayaç okuma bedeli ödendi. Tüketici Mahkemesi ise elektrik dağıtım şirketinin bu konudaki itirazını reddetti. Yargıtay Hukuk Genel Kurulunun 2014 yılında ‘Elektrik enerjisinin nakli esnasında meydana gelen kayıp ile başka kişiler tarafından hırsızlanmak suretiyle kullanılan elektrik bedellerini kurallara uyan abonelerden tahsili hukuk devleti ve adalet düşünceleriyle bağdaşmamaktadır. Kayıp-kaçak bedelinin tüketiciden tahsil edilemeyeceği, kayıp-kaçak bedelinin tüketiciye iade edilmesi gerektiği’ kararı üzerine elektrik dağıtım firmaları ‘kayıp-kaçak bedeli’ ibaresini faturadan çıkarmıştı. Bursa Tüketiciler Derneği Başkanı Sıtkı Yılmaz, kararın bütün tüketiciler için olumlu karar olduğunu söyledi. Türk mallarını satanların belirlenmesi için ‘İhbar hattı’ Türkiye’nin özür dilememesini bahane ederek Türk mallarına sıkı denetim ve ekonomik yaptırımlarına devam eden Rusya’da, boykot farklı bir durum kazandı. Birçok meyve, sebze ve et ürününün Rusya’ya girişinin 1 Ocak 2016 itibarıyla tamamen yasaklanmasıyla beraber Moskova’da, ‘Türk malları için ihbar hattı’ kuruldu. Ankara ve İstanbul’da ekmeğe 25 kuruş zam geldi Ankara’da, 250 gram ekmek 25 kuruş zamlanarak, 1 TL’den satılmaya başlandı. Yeni yıl öncesi, özellikle de aralık ayında ‘ekmeğe zam geleceği’ yönündeki söylentiler üzerine Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanı Faruk Çelik ile Gümrük ve Ticaret Bakanı Bülent Tüfenkci, ‘Zam yok’ şeklinde açıklamalarda bulunmuştu. İstanbul’un da bazı bölgelerinde ekmek 1.25 TL’ye satılmaya başlandı. 4 bin TL’lik otomobile 1250 liralık sigorta bedeli istenince… Mersin’de 30 yaşındaki Fatih Erdoğan, 4 bin lira değerindeki otomobilini 1250 lira zorunlu trafik sigortası bedeli talep edilince satışa çıkardı. Temizlik işçisi Fatih Erdoğan, geçen yıl 1994 model 01 TT 377 plakalı Otomobil satın aldı. Trafik sigortasını 250 liraya yaptıran Erdoğan, 1 yıl sonra yenileme yaptırmak için gittiği sigorta şirketinde şoke oldu. Otomobilinin değerinin 4 bin lira olduğunu, Zorunlu Trafik Sigortası bedeli olarak 1250 lira istendiğini söyleyen Fatih Erdoğan, sigorta yaptırmayıp aracı satışa çıkardığını söyledi. Dolandırıcılık hız kesmiyor! Teknolojinin akıl almaz yükselişi ve kontrolsüz kullanımı neticesinde, eskiden kâğıt üzerinde veyahut fiili olarak yapılan dolandırıcılık faaliyetleri teknolojik öğelerle desteklenmeye başladı. Son 3-4 yıldır ‘hâkim, savcı, asker, polis’ diye kendini tanıtan birtakım dolandırıcılar, içlerinde profesörler, doktorlar, iş adamları diye uzayıp giden listeden kendilerine mağdurlar buldular. Öncelikle dolandırıcı/lar her ne şekilde bulduklarını bilmeseniz de size bir şekilde ulaşıyorlar, garip olan size ait birçok bilgi de ellerinde oluyor. Bunun üzerine sizin sisteme onay vermeniz ya da katılmanız maksatlı; ‘sağlık paketi kazandınız’, ‘telefon kazandınız’, ‘ücretsiz check-up hizmeti kazandınız’ gibi özellikle kazanmak, ücretsiz vurgusu yapılan mesajlar ve aramalarla sizin de bu sisteme girmeniz amaçlanıyor, yüksek oranda da insanların tamam kabul ediyorum, evet onaylarını alıyorlar, onay almasalar dahi sistem içinde olduğunuzu, sesinizin kaydedildiğini, ilgili kanunlar uyarınca sözleşme yapmış gibi sayıldığını söylüyorlar. Üzerinden belirli bir süre geçtikten sonra aslında bu sistem ücretsiz değildi ya da ücretsiz kısmı sona erdi bundan böyle para göndermeniz gerekli diye bir bildirim yapıyorlar. Sizlerin dahil olduğunuzu iddia ettikleri sistemden çıkmak isteseniz dahi para istemeye başlayıp, para vermezsen hacze geliriz korkutmasıyla, onlarca insandan binlerce lira alıyorlar.”* şeklinde ifadelere ve Av. Yeliz ÖZDEMİR’in görseline yer verildiğitespit edilmiştir.

İlgili yazının YS Grup Medya-Telekom-Enerji’ye ait olan Birlik Haber Gazetesinin internet sitesinin (<http://www.birlikhabergazetesi.com>) 09.03.2016 tarihli görünümünde de yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Burdur Gazetesi isimli gazetenin 01.02.2016 tarihli nüshası ile Birlik Haber Gazetesi isimli gazeteye ait www.birlikhabergazetesi.com adresli internet sitesinde yer alan “TBM’de Tüketici Bülteni” yazıda, yukarıda, örtülü reklamının yapıldığı iddia edilen Av. Yeliz ÖZDEMİR’e ve Tüketici Başvuru Merkezi Hukuk Komisyonu’na ait isimlere ve Av. Yeliz ÖZDEMİR’e ait olduğu tahmin edilen fotoğrafa yazının genelinde sadece birer kere yer verildiği, bu durumun yazının bütününe oranla makul ve ölçülü olduğu, inceleme konusu yazıda reklam unsuru içeren ifadelere ve görsellere yer verilmediği, adı geçen kuruluşun ve kuruluşla bağlantılı olarak adı geçen avukatın övülmediği ve bunlara yönlendirme yapılmadığı; dolayısıyla bir ürün veya hizmetin satın alınmasına teşvik edecek herhangi bir ifadede bulunulmadığı belirtilen nedenlerle söz konusu yazıda reklam yapma iradesinin varlığına dair somut herhangi bir bulgunun mevcut olmadığından söz konusu yazıda örtülü reklam yapılmadığı değerlendirildiği, açıklanan nedenlerle inceleme konusu yazının örtülü reklam yönüyle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**7)**

**Dosya No: 2015/1636**

**Şikayet Edilen: Çınarpark Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.glorika.com](http://www.glorika.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.glorika.com](http://www.glorika.com) adresli internet sitesinin 17.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Shiseido Benefiance Wrinkle Lifting Concentrate 30 Ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Chlorella bitkisi özü ile cildin alt tabakalarındaki elastin liflerin bozulmasını engelleyen proteinlerin seviyesini arttırarak cildinizin sıklığını geri kazandırır”* ifadelerine, **“La Prairie White Caviar Illuminating Serum 30 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Serinin kreminin ideal tamamlayıcısı White Caviar Illuminating Serum, ciltteki yaşlılık lekelerini önler ve melanin üretimini azaltarak, melaninlerin hücrelere transferini yavaşlatıyor. Yüksek oranda Omega-3 yağ asitleri içeren ve denizden elde edilen DNA, nadir bulunan havyar özü cildi vitaminlerle birlikte sıkılaştırıyor ve besliyor”* ifadelerine, **“La Prairie Cellular Platinum Rare 30 Ml Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin doğal DNA onarım mekanizmasını korur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.glorika.com adresli internet sitesinde yer alan **“Shiseido Benefiance Wrinkle Lifting Concentrate 30 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Chlorella bitkisi özü ile cildin alt tabakalarındaki elastin liflerin bozulmasını engelleyen proteinlerin seviyesini arttırarak cildinizin sıklığını geri kazandırır”* ifadelerinin, **“La Prairie White Caviar Illuminating Serum 30 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Serinin kreminin ideal tamamlayıcısı White Caviar Illuminating Serum, ciltteki yaşlılık lekelerini önler ve melanin üretimini azaltarak, melaninlerin hücrelere transferini yavaşlatıyor. Yüksek oranda Omega-3 yağ asitleri içeren ve denizden elde edilen DNA, nadir bulunan havyar özü cildi vitaminlerle birlikte sıkılaştırıyor ve besliyor”* ifadelerinin, **“La Prairie Cellular Platinum Rare 30 Ml Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Cildin doğal DNA onarım mekanizmasını korur”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**8)**

**Dosya No: 2015/1639**

**Şikayet Edilen: Elkey Sanal Mağazacılık ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.lilakutu.com](http://www.lilakutu.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.lilakutu.com](http://www.lilakutu.com) adresli internet sitesinin 16.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Zorah Bioserum Lifting 20 Ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hem cilt yüzeyinin altına(…) etki eder. Deri altında elastikiyetten sorumlu lifleri harekete geçirerek elastin ve kollajen üretimini arttırır”* ifadelerine, **“DDF Wrinkle Relax 15 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Diğer yüz tedavileri eşliğinde de uygulanabilir. Yaşlanma etkilerini cerrahi müdahale ve enjeksiyon olmaksızın minimuma indirmek üzere tasarlanmış bir cilt bakım serumudur”* ifadelerine, **“DDF Bio Moisture Eye Serum 14 Gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kolajen ve elastin yapımını tetikleyerek, göz çevresine sıklık kazandırır ve çizgileri minimize eder. Yaşlanma etkilerini önler”* ifadelerine, **“Absolution Organik Sertifikalı Koruyucu Antioksidan Serum (Seyahat Boyu) 20 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Mutluluk molekülü olarak da adlandırılan beta-endorfin üretimini teşvik eden Scutellaria koruyucu etki sunar(…) Aynı zamanda cildin yüzeysel kan dolaşımını uyarır(…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.lilakutu.com](http://www.lilakutu.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Zorah Bioserum Lifting 20 Ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Hem cilt yüzeyinin altına(…) etki eder. Deri altında elastikiyetten sorumlu lifleri harekete geçirerek elastin ve kollajen üretimini arttırır”* ifadelerinin, **“DDF Wrinkle Relax 15 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Diğer yüz tedavileri eşliğinde de uygulanabilir. Yaşlanma etkilerini cerrahi müdahale ve enjeksiyon olmaksızın minimuma indirmek üzere tasarlanmış bir cilt bakım serumudur”* ifadelerinin, **“DDF Bio Moisture Eye Serum 14 Gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kolajen ve elastin yapımını tetikleyerek, göz çevresine sıklık kazandırır ve çizgileri minimize eder. Yaşlanma etkilerini önler”* ifadelerinin, **“Absolution Organik Sertifikalı Koruyucu Antioksidan Serum (Seyahat Boyu) 20 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Mutluluk molekülü olarak da adlandırılan beta-endorfin üretimini teşvik eden Scutellaria koruyucu etki sunar(…) Aynı zamanda cildin yüzeysel kan dolaşımını uyarır(…)”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2015/1642**

**Şikayet Edilen: Tekin Acar Büyük Mağazacılık Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.tekinacar.com.tr](http://www.tekinacar.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.tekinacar.com.tr](http://www.tekinacar.com.tr) adresli internet sitesinin 14.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Clinique Smart Spf15 Custom-Repair Moisturizer Nuıt Combination Oıly 50 Ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Onarıcı enzimleri sayesinde hasarları tespit eder ve doğal hücre yenilenmesine yardım eder. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların gergin gözükmesini sağlar”* ifadelerine, **“Elizabeth Arden Ceramide Lift and Firm Night Cream 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Snap-8\* yüzeyden botox uygulaması yapan, yüzey çizgi ve kırışıklıklarının görünümünü gevşeterek çalışan güçlü bir cilt dolgunlaştırıcıdır. Hibiscus Tohum Extresi cildin doğal kolojen, elastin ve protein yollarını derinlemesine destekleyen bir bitkidir”* ifadelerine, **“Estee Lauder Advanced Night Repair Synchronized Recovery Complex II 30 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“DNA’nızı onararak tüm yaşlanma belirtilerinize karşı savaşan 30 yıllık ikonik ürünümüz yenilendi. Şimdi Patentli ChronoluxCB ve Catabolysis Teknolojisi bir arada; Hücresel Arındırma ve Senkronizasyonun birleşimi olan bu yepyeni teknoloji ile sizi kozmetik biliminin geldiği son nokta ile tanıştırıyor.(…) 25’den fazla patentli dünyanın ilk serumu artık cildinizi tüm yaşlanma belirtilerine karşı onarmak ile kalmıyor aynı zamanda hücrelerinizi de yeniliyor(…) DNA onarımına ek olarak artık hücrelerinizi de onarır”* ifadelerine, **“Elizabeth Arden Prevage Anti-Aging Moisture Lotion Spf30 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Thiotaine ise hücreleri serbest radikallerin zararlarından korur ve hücresel DNA’nın hasarını engeller. Süper etkili Idebenone içeren tedavi edici nemlendirici, nemlendirici ajanlar ile nemi ciltte hapseder”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.tekinacar.com.tr](http://www.tekinacar.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Clinique Smart Spf15 Custom-Repair Moisturizer Nuıt Combination Oıly 50 Ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Onarıcı enzimleri sayesinde hasarları tespit eder ve doğal hücre yenilenmesine yardım eder. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların gergin gözükmesini sağlar”* ifadelerinin, **“Elizabeth Arden Ceramide Lift and Firm Night Cream 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Snap-8\* yüzeyden botox uygulaması yapan, yüzey çizgi ve kırışıklıklarının görünümünü gevşeterek çalışan güçlü bir cilt dolgunlaştırıcıdır. Hibiscus Tohum Extresi cildin doğal kolojen, elastin ve protein yollarını derinlemesine destekleyen bir bitkidir”* ifadelerinin, **“Estee Lauder Advanced Night Repair Synchronized Recovery Complex II 30 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“DNA’nızı onararak tüm yaşlanma belirtilerinize karşı savaşan 30 yıllık ikonik ürünümüz yenilendi. Şimdi Patentli ChronoluxCB ve Catabolysis Teknolojisi bir arada; Hücresel Arındırma ve Senkronizasyonun birleşimi olan bu yepyeni teknoloji ile sizi kozmetik biliminin geldiği son nokta ile tanıştırıyor.(…) 25’den fazla patentli dünyanın ilk serumu artık cildinizi tüm yaşlanma belirtilerine karşı onarmak ile kalmıyor aynı zamanda hücrelerinizi de yeniliyor(…) DNA onarımına ek olarak artık hücrelerinizi de onarır”* ifadelerinin, **“Elizabeth Arden Prevage Anti-Aging Moisture Lotion Spf30 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Thiotaine ise hücreleri serbest radikallerin zararlarından korur ve hücresel DNA’nın hasarını engeller. Süper etkili Idebenone içeren tedavi edici nemlendirici, nemlendirici ajanlar ile nemi ciltte hapseder”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tekin Acar Büyük Mağazacılık Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2015/1643**

**Şikayet Edilen: Trend Mağazacılık ve İnternet Hizmetleri Kuy. San. ve Dış. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hizlial.com](http://www.hizlial.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hizlial.com](http://www.hizlial.com) adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“DDF Discoloration Reversal Moisturizer 48 g- Normal ve Kuru Ciltler için Leke Açıcı Nemlendirici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki DDF’e patentli Micro Radiance Complex ile melanin üretimini baskılayarak hiperpigmentasyonun tedavisine yardımcı olur(…) Cilt lekelerinin tedavisine yardımcı olurken cilde aydınlık bir görünüm kazandırır. Sağlıksız ve dengesiz melanin üretimini baskılar”* ifadelerine, **“Lancome Genifique Soin Yeux Göz Kremi 15 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gençlik genlerinin aktivesini uyandırır(…) Yorgunluk izleri yok olur, orijinal gençlik kalitesi geri kazanılır”* ifadelerine, **“Lancome Absolue Precious Cells Eyes 20 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kırışıklıkları onarır. Bazal Yeniden Yapılandırıcı Sistem kök hücrelerin yaşamsal ortamlarını tekrardan yapılandırmak için çalışır ve cildin kendini yeniden canlandırma gücünü destekler. Göz torbalanmalarına karşı özel kompleks, ödem atıcı etkisi ile torbalanma şikayetine çözüm üretir”* ifadelerine, **“DermalogicaAge Smart Multivitamin Power Firm 15 Ml – Yaşlanma Karşıtı Bakım”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vitamin A, C ve E'nin emilimi, cildin doğal yenilenme sürecini arttırmaya, … yardımcı olur”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hizlial.com](http://www.hizlial.com) adresli internet sitesinde yer alan **“DDF Discoloration Reversal Moisturizer 48 g- Normal ve Kuru Ciltler için Leke Açıcı Nemlendirici”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“İçeriğindeki DDF’e patentli Micro Radiance Complex ile melanin üretimini baskılayarak hiperpigmentasyonun tedavisine yardımcı olur(…) Cilt lekelerinin tedavisine yardımcı olurken cilde aydınlık bir görünüm kazandırır. Sağlıksız ve dengesiz melanin üretimini baskılar”* ifadelerinin, **“Lancome Genifique Soin Yeux Göz Kremi 15 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Gençlik genlerinin aktivesini uyandırır(…) Yorgunluk izleri yok olur, orijinal gençlik kalitesi geri kazanılır”* ifadelerinin, **“Lancome Absolue Precious Cells Eyes 20 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Kırışıklıkları onarır. Bazal Yeniden Yapılandırıcı Sistem kök hücrelerin yaşamsal ortamlarını tekrardan yapılandırmak için çalışır ve cildin kendini yeniden canlandırma gücünü destekler. Göz torbalanmalarına karşı özel kompleks, ödem atıcı etkisi ile torbalanma şikayetine çözüm üretir”* ifadelerinin, **“DermalogicaAge Smart Multivitamin Power Firm 15 Ml – Yaşlanma Karşıtı Bakım”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Vitamin A, C ve E'nin emilimi, cildin doğal yenilenme sürecini arttırmaya, … 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Trend Mağazacılık ve İnternet Hizmetleri Kuy. San. ve Dış. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2015/1644**

**Şikayet Edilen: Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.boyner.com.tr](http://www.boyner.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.boyner.com.tr](http://www.boyner.com.tr) adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Shiseido Blemish Targeting Gel 15ML Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sivilce görünümünü minimize eder, oluşumunu engeller. Problemli bölgeleri tazeler ve arındırır Anti-Bakteriyel ve yatıştırıcı Sivilce lekelerini hafifletir”* ifadelerine, **“Lancome Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Pro-Xylane: Hücresel yenileme sağlar”* ifadelerine, **“Estee Lauder Clear Difference Advanced Blemish Serum 75 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Akne karşıtı, cildi yenileyici formülü akneleri etkili bir şekilde sonlandırır”* ifadelerine, **“Biotherm Skin Vivo Creme Ps 50 Ml Nemlendirici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dna ve gen teknolojisi sayesinde ,4 haftada 10 yıl öncesi gibi çalışan cilt hücreleri sağlayan bakım serumu.İçerisinde bulunan botanik bitkisi REVERSEROL SV sayesinde dış faktörler ve iç faktörlerden dolayı zarar görmüş DNA on”* ifadelerine, **“Biotherm Skin Vivo Serum Fl 50 Ml Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dna ve gen teknolojisi sayesinde ,4 haftada 10 yıl öncesi gibi çalışan cilt hücreleri sağlayan bakım serumu.İçerisinde bulunan botanik bitkisi REVERSEROL SV sayesinde dış faktörler ve iç faktörlerden dolayı zarar görmüş DNA o”* ifadelerine, **“La Mer The Concentrate 30 Ml Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin doğal iyileşme sürecinin tamamlanmasını sağlar. Yara izlerinin görünümünü azaltır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.boyner.com.tr](http://www.boyner.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Shiseido Blemish Targeting Gel 15ML Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Sivilce görünümünü minimize eder, oluşumunu engeller. Problemli bölgeleri tazeler ve arındırır Anti-Bakteriyel ve yatıştırıcı Sivilce lekelerini hafifletir”* ifadelerinin, **“Lancome Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Pro-Xylane: Hücresel yenileme sağlar”* ifadelerinin, **“Estee Lauder Clear Difference Advanced Blemish Serum 75 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Akne karşıtı, cildi yenileyici formülü akneleri etkili bir şekilde sonlandırır”* ifadelerinin, **“Biotherm Skin Vivo Creme Ps 50 Ml Nemlendirici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Dna ve gen teknolojisi sayesinde ,4 haftada 10 yıl öncesi gibi çalışan cilt hücreleri sağlayan bakım serumu.İçerisinde bulunan botanik bitkisi REVERSEROL SV sayesinde dış faktörler ve iç faktörlerden dolayı zarar görmüş DNA on”* ifadelerinin, **“Biotherm Skin Vivo Serum Fl 50 Ml Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Dna ve gen teknolojisi sayesinde ,4 haftada 10 yıl öncesi gibi çalışan cilt hücreleri sağlayan bakım serumu.İçerisinde bulunan botanik bitkisi REVERSEROL SV sayesinde dış faktörler ve iç faktörlerden dolayı zarar görmüş DNA o”* ifadelerinin, **“La Mer The Concentrate 30 Ml Onarıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Cildin doğal iyileşme sürecinin tamamlanmasını sağlar. Yara izlerinin görünümünü azaltır”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2015/1646**

**Şikayet Edilen: Nusellus İlaç Kozmetik İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.turuncukasa.com](http://www.turuncukasa.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.turuncukasa.com](http://www.turuncukasa.com) adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“DDF Discoloration Reversal Moisturizer 48 Gr”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Melanin üretimini dengelemeye çalışarak, leke görünümünde düzelme sağlamaya yardım eder(…) Melanin üretimini dengelemeye çalışarak, cildin aydınlık ve parlak görünmesini sağlamaya çalışır”* ifadelerine, **“DDF Glycolic Exfoliating Wash 5% 177 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“DDF Glycolic Exfoliating Wash, cildi ölü ve hasarlı hücrelerden arındırmaya, yeni hücre oluşumunu aktifleştirmeye ve yeni düzgün hücrelerin oluşumuna yardımcı olur”* ifadelerine, **“Lierac Phytolastil Jel Çatlak Kremi 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) hamilelikte hızlı kilo alıp vermeye bağlı oluşabilecek çatlakları önlemeye yardımcı olur(…) özellikle hamilelik döneminde oluşan vücut çatlaklarına karşı koruma sağlamaya yardımcı olabilir (…) İçeriğinde aslan pençesi, sarmaşık ve kırk kilit otu bulunan ürün, ciltte kolajen ve elastin proteinlerini düzenlemeye yardım eder(…) Hamileliğin 3. ayından itibaren uygulamaya başlayarak doğumdan sonraki ilk regl dönemine kadar kullanarak daha etkili sonuçlar elde edebilirsiniz”* ifadelerine, **“Babe Çatlak Tedavisi Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Buradan ucuz fiyata sipariş verebileceğiniz Babe Çatlak Tedavisi Kremi”* ifadelerine, **Mustela Strecth Marks Intensive Action Çatlak İyileştirici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ucuz fiyata bu sayfadan sipariş verebileceğiniz Mustela Strecth Marks Intensive Action Çatlak İyileştirici (…) Tüm hamilelik döneminiz boyunca cildinizin esnekliğini geri kazanmasına ve gerilmelere karşı dayanıklılığınızı artırmaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Elancyl Prevention Vergetures (Çatlak Önleyici) 150 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Çatlak oluşumu kilo değişimi, hamilelik ve ergenliğe bağlı olduğu için kullanım alanı geniş olan bu ürün vücudunuzun yeniden şekillenmesine yardımcı olur (…) Önemli kilo alıp vermede, hamilelikte (4. aydan itibaren), ergenlikte kullanabilirsiniz (…) Hamileler, ergenliğe girenler ve kilo artışı olan kişiler kullanabilir”* ifadelerine, **“Bella B Little Bee Rup”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma sorunları için tasarlanmış olan bir kremdir(...) Hırıltılı nefes alma ve burun tıkanıklığı sorunu yaşayan bebek ve küçük çocuklarda kullanıma uygun(…) genelde bebeklerde sıklıkla görülen burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma problemleri için Topikal Dekonjestan organik ve doğal içeriği ile Bella B tarafından üretilmiştir(…) İçeriğinin güçlü etkileri ve doğal özellikleri ile bebeğinizin tedavisini hızlandırmaya ve rahatsızlık etkilerinin düzeltilmesinde yardımcı olmaya destek bir üründür”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.turuncukasa.com](http://www.turuncukasa.com) adresli internet sitesinde yer alan **“DDF Discoloration Reversal Moisturizer 48 Gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Melanin üretimini dengelemeye çalışarak, leke görünümünde düzelme sağlamaya yardım eder(…) Melanin üretimini dengelemeye çalışarak, cildin aydınlık ve parlak görünmesini sağlamaya çalışır”* ifadelerinin, **“DDF Glycolic Exfoliating Wash 5% 177 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“DDF Glycolic Exfoliating Wash, cildi ölü ve hasarlı hücrelerden arındırmaya, yeni hücre oluşumunu aktifleştirmeye ve yeni düzgün hücrelerin oluşumuna yardımcı olur”* ifadelerinin, **“Lierac Phytolastil Jel Çatlak Kremi 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…) hamilelikte hızlı kilo alıp vermeye bağlı oluşabilecek çatlakları önlemeye yardımcı olur(…) özellikle hamilelik döneminde oluşan vücut çatlaklarına karşı koruma sağlamaya yardımcı olabilir (…) İçeriğinde aslan pençesi, sarmaşık ve kırk kilit otu bulunan ürün, ciltte kolajen ve elastin proteinlerini düzenlemeye yardım eder(…) Hamileliğin 3. ayından itibaren uygulamaya başlayarak doğumdan sonraki ilk regl dönemine kadar kullanarak daha etkili sonuçlar elde edebilirsiniz”* ifadelerinin, **“Babe Çatlak Tedavisi Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Buradan ucuz fiyata sipariş verebileceğiniz Babe Çatlak Tedavisi Kremi”* ifadelerinin, **Mustela Strecth Marks Intensive Action Çatlak İyileştirici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ucuz fiyata bu sayfadan sipariş verebileceğiniz Mustela Strecth Marks Intensive Action Çatlak İyileştirici (…) Tüm hamilelik döneminiz boyunca cildinizin esnekliğini geri kazanmasına ve gerilmelere karşı dayanıklılığınızı artırmaya yardımcı olur”* ifadelerinin, **“Elancyl Prevention Vergetures (Çatlak Önleyici) 150 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Çatlak oluşumu kilo değişimi, hamilelik ve ergenliğe bağlı olduğu için kullanım alanı geniş olan bu ürün vücudunuzun yeniden şekillenmesine yardımcı olur (…) Önemli kilo alıp vermede, hamilelikte (4. aydan itibaren), ergenlikte kullanabilirsiniz (…) Hamileler, ergenliğe girenler ve kilo artışı olan kişiler kullanabilir”* ifadelerinin, **“Bella B Little Bee Rup”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma sorunları için tasarlanmış olan bir kremdir(...) Hırıltılı nefes alma ve burun tıkanıklığı sorunu yaşayan bebek ve küçük çocuklarda kullanıma uygun(…) genelde bebeklerde sıklıkla görülen burun tıkanıklığı ve hırıltılı nefes alma problemleri için Topikal Dekonjestan organik ve doğal içeriği ile Bella B tarafından üretilmiştir(…) İçeriğinin güçlü etkileri ve doğal özellikleri ile bebeğinizin tedavisini hızlandırmaya ve rahatsızlık etkilerinin düzeltilmesinde yardımcı olmaya destek bir üründür”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Nusellus İlaç Kozmetik İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2015/1653**

**Şikayet Edilen: DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Sebamed Pişik Tedavi Edici Krem (Baby Healing Cream) 100 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Zengin yağ içinde su emülsiyonu formülü ph 55 değeri ile oluşmuş olan pişiğin tedavisine yardımcı olur özellikle kuru ve tahriş olmuş bebek ve yetişkin ciltleri için önerilir. %36 lipit yoğun koruyucu lesitin ve squalene içeriği ile zarar görmüş cildi tedavi eder”* ifadelerine, **“Sebamed Sabun 100 gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bakteri ve mantarlara karşı cildin doğal koruyucu asit mantosunu destekleyen ph 55 değeri sayesinde akne, sivilce, ekzama ve mantar gibi durumlarda tedaviye yardımcıdır”* ifadelerine, **“Moos Isırgan Otlu & Vitaminli Şampuan Ph 5.5 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç derisindeki hasarlı hücrelerin canlanıp çoğalmasına yardımcı olur. Ayrıca ısırgan otu aknede, ekzamada, mantarda, sedef hastalığında, uçuk rahatsızlığında ve iltihaplı yaraların tedavisinde de özellikle antiseptik olarak (…)”* ifadelerine, **“La Casa De Los Aromas Lavanta Esansiyel Yağı 10 Ml”**  isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Rahatlatır, acı ve ağrıyı azaltır(…) Egzama, dermatitis, akne ve diğer cilt hastalıkları, yorgunluk, uykusuzluk, migren, hormonal ve sinirsel bozukluklarda kullanılır. Yanık, böcek ısırığı ve aknelerde kullanılır, iltihabı azaltır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.trendyol.com](http://www.trendyol.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Sebamed Pişik Tedavi Edici Krem (Baby Healing Cream) 100 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Zengin yağ içinde su emülsiyonu formülü ph 55 değeri ile oluşmuş olan pişiğin tedavisine yardımcı olur özellikle kuru ve tahriş olmuş bebek ve yetişkin ciltleri için önerilir. %36 lipit yoğun koruyucu lesitin ve squalene içeriği ile zarar görmüş cildi tedavi eder”* ifadelerinin, **“Sebamed Sabun 100 gr”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bakteri ve mantarlara karşı cildin doğal koruyucu asit mantosunu destekleyen ph 55 değeri sayesinde akne, sivilce, ekzama ve mantar gibi durumlarda tedaviye yardımcıdır”* ifadelerinin, **“Moos Isırgan Otlu & Vitaminli Şampuan Ph 5.5 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç derisindeki hasarlı hücrelerin canlanıp çoğalmasına yardımcı olur. Ayrıca ısırgan otu aknede, ekzamada, mantarda, sedef hastalığında, uçuk rahatsızlığında ve iltihaplı yaraların tedavisinde de özellikle antiseptik olarak (…)”* ifadelerinin, **“La Casa De Los Aromas Lavanta Esansiyel Yağı 10 Ml”**  isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Rahatlatır, acı ve ağrıyı azaltır(…) Egzama, dermatitis, akne ve diğer cilt hastalıkları, yorgunluk, uykusuzluk, migren, hormonal ve sinirsel bozukluklarda kullanılır. Yanık, böcek ısırığı ve aknelerde kullanılır, iltihabı azaltır”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **DSM Grup Danışmanlık İletişim ve Satış Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2015/1678**

**Şikayet Edilen: Çiçeksepeti İnternet Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mizu.com](http://www.mizu.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mizu.com](http://www.mizu.com) adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Lancome Hydra Zen Neurocalm Ekstrem Nemlendirici Jel Krem 50 Ml”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kızarıklık ve tahriş sorunlarını giderici”* ifadelerine, **“Biotherm Rides Repair Pur Silicium Gece Bakım Kremi 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Temel formülü biyoteknoloji ile elde edilen ‘Repair Complex’ olan onarıcı krem Rides Theraple Nuit Pur Silicium, deri hücrelerini uyarır, aktivitesi artan hücreler cilt hasarını onarırken UV ışınlarının neden olduğu zararlara karşı savaşır, cilt DNA’sının korunmasına ve olası cilt problemlerine karşı cildi korur ”* ifadelerine, **“Clinique Even Better Dark Spot Spf15 Koyu Leke Giderici El Kremi 75 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Even Better Dark Spot Correcting Hand Cream Broad Spectrum ellerinizdeki tahriş ve hasarı onarır”* ifadelerine, **““Wella 250 Ml Erkek Sensitive Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)ve kızarıklığı giderir”* ifadelerine, **“Biotherm Celluli Laser Size Code 150 Ml Vücut Sıkılaştırıcı/Selülit Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Genetik kaynaklı bel çevresi kilolarını temelden tedavi etmeyi vadeden Biotherm Celluli Laser, karın bölgesinde yağ yakma sürecini hızlandırır. Kolajen üretimini tetikleyerek, daha sıkı bir cilde kavuşmaya yardımcı olan Biotherm Celluli Laser Selülit Kremi, nar tohumu yağı, yeşil kahve özü ve lotus özü ile cildinize derinlemesine bakım sunar. 1 ayda 0 cm incelme vadeden Celluli Laser Size Code(…)”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.mizu.com](http://www.mizu.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Lancome Hydra Zen Neurocalm Ekstrem Nemlendirici Jel Krem 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Kızarıklık ve tahriş sorunlarını giderici”* ifadelerinin, **“Biotherm Rides Repair Pur Silicium Gece Bakım Kremi 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Temel formülü biyoteknoloji ile elde edilen ‘Repair Complex’ olan onarıcı krem Rides Theraple Nuit Pur Silicium, deri hücrelerini uyarır, aktivitesi artan hücreler cilt hasarını onarırken UV ışınlarının neden olduğu zararlara karşı savaşır, cilt DNA’sının korunmasına ve olası cilt problemlerine karşı cildi korur ”* ifadelerinin, **“Clinique Even Better Dark Spot Spf15 Koyu Leke Giderici El Kremi 75 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Even Better Dark Spot Correcting Hand Cream Broad Spectrum ellerinizdeki tahriş ve hasarı onarır”* ifadelerinin, **“Wella 250 Ml Erkek Sensitive Şampuan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)ve kızarıklığı giderir”* ifadelerinin, **“Biotherm Celluli Laser Size Code 150 Ml Vücut Sıkılaştırıcı/Selülit Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Genetik kaynaklı bel çevresi kilolarını temelden tedavi etmeyi vadeden Biotherm Celluli Laser, karın bölgesinde yağ yakma sürecini hızlandırır. Kolajen üretimini tetikleyerek, daha sıkı bir cilde kavuşmaya yardımcı olan Biotherm Celluli Laser Selülit Kremi, nar tohumu yağı, yeşil kahve özü ve lotus özü ile cildinize derinlemesine bakım sunar. 1 ayda 0 cm incelme vadeden Celluli Laser Size Code(…)”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**15)**

**Dosya No: 2015/1679**

**Şikayet Edilen: Lidyana Elektronik Hizmetler İthalat İhracat Pazarlama San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.lidyana.com](http://www.lidyana.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.lidyana.com](http://www.lidyana.com) adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Biotherm Skin Vevo Serum Yaşlanma Karşıtı Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yeni, sağlıklı hücre oluşumunu canlandırır. DNA’yı mikro hasarlardan korur. Cildi olağanüstü şekilde onarır, yatışırır ve dinlendirir”* ifadelerine, **“Olay Reg Mikro Yapılandırıcı Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki en yoğun aminopeptid kompleksi sayesinde cilde hücre hücre etki ederek gözle görülür derecede toparlar. Hücre içi nemlendirme, 10 milyondan fazla cilt hücresinin hacmini ve şeklini yeniden kazandırarak günden güne cildi gerginleştirir ve yüz konturunu hücre hücre yeniden yapılandırır(…) Cilt yüzeyinizi hücre hücre yenilenme ile içeriden dönüştürür”* ifadelerine, **“Clinique Smart Akıllı Onarım Gece Kremi 50 Ml Combination Only”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Onarıcı enzimleri sayesinde hasarları tespit eder ve doğal hücre yenilenmesine yardım eder. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların gergin gözükmesini sağlar”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.lidyana.com](http://www.lidyana.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Biotherm Skin Vevo Serum Yaşlanma Karşıtı Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yeni, sağlıklı hücre oluşumunu canlandırır. DNA’yı mikro hasarlardan korur. Cildi olağanüstü şekilde onarır, yatışırır ve dinlendirir”* ifadelerinin, **“Olay Reg Mikro Yapılandırıcı Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki en yoğun aminopeptid kompleksi sayesinde cilde hücre hücre etki ederek gözle görülür derecede toparlar. Hücre içi nemlendirme, 10 milyondan fazla cilt hücresinin hacmini ve şeklini yeniden kazandırarak günden güne cildi gerginleştirir ve yüz konturunu hücre hücre yeniden yapılandırır(…) Cilt yüzeyinizi hücre hücre yenilenme ile içeriden dönüştürür”* ifadelerinin, **“Clinique Smart Akıllı Onarım Gece Kremi 50 Ml Combination Only”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Onarıcı enzimleri sayesinde hasarları tespit eder ve doğal hücre yenilenmesine yardım eder. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların gergin gözükmesini sağlar”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Lidyana Elektronik Hizmetler İthalat İhracat Pazarlama San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2015/1680**

**Şikayet Edilen: Perabayt Bilişim Pazarlama ve Dış Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.1v1y.com](http://www.1v1y.com) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.1v1y.com](http://www.1v1y.com) adresli internet sitesinin 17.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Deborah Çatlak Karşıtı Sıkılaştırıcı 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Hamilelik, ani kilo alma/verme, ergenlik gibi dönemlerde meydana gelebilecek çatlakların oluşumunu engeller. Ciltteki fibroblast hücrelerin korunmasını gerçekleştiren dlab elastoplus complex ile formüle edilmiştir”* ifadelerine, **“Deborah Sun Krem Spf30 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki UVA ve UVB filtreleri sayesinde cilt kanseri, erken yaşlanma, güneş yanığı gibi güneşin zararlarına karşı etkili koruma sağlarken(…) İçeriğindeki nemlendirme özelliğine sahip Frenk inciri ekstresi cildin doğal tedavi etme sürecini hızlandırır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.1v1y.com](http://www.1v1y.com) adresli internet sitesinde yer alan **“Deborah Çatlak Karşıtı Sıkılaştırıcı 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“(…)Hamilelik, ani kilo alma/verme, ergenlik gibi dönemlerde meydana gelebilecek çatlakların oluşumunu engeller. Ciltteki fibroblast hücrelerin korunmasını gerçekleştiren dlab elastoplus complex ile formüle edilmiştir”* ifadelerinin, **“Deborah Sun Krem Spf30 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki UVA ve UVB filtreleri sayesinde cilt kanseri, erken yaşlanma, güneş yanığı gibi güneşin zararlarına karşı etkili koruma sağlarken(…) İçeriğindeki nemlendirme özelliğine sahip Frenk inciri ekstresi cildin doğal tedavi etme sürecini hızlandırır”* 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,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**17)**

**Dosya No: 2015/1696**

**Şikayet Edilen: Ross Pharma İlaç Kozmetik Sağlık Hiz. San. ve Dış. Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ddfturkiye.com](http://www.ddfturkiye.com) adresli internet sitesinde **“Wrinkle Resist Plus Pore Minimizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Normalden yağlıya eğilimli, yağlı ve gözenekli ciltler için gözenekleri sıkılaştıran, cildin yenilenme süresini hızlandırarak, çizgilerin minimize edilmesini sağlayan, anti-age etkili bakım serumudur. İçeriğindeki palmitoyl pentapeptidelie cildin yenilenme oranını ikiye katlayarak, cilde gençlik kazandırır. Hemen etki ile belirgin gözeneklerin görünümünü minimize eder. Antioksidanlarla cildin doğal yapısını sağlamlaştırır. Etken Maddeler: Vitamin+ Petpid Complex: Cildin kolajen üretimini tetikler. Vitamin E: Antioksidandır. Serbest radikallerin zararlarını minimize eder. Vitamin B5 VE Gliserin: Antioksidandır. Serbest radikal zararlarını minimize eder. Panthenol: Cildi nemlendirir, korur ve hücre yenilenmesini destekler. Uzun vadede gözenekleri sıkılaştırır, çizgilerin görünümünü azaltır”* ifadelerine, **“Blemish Foaming Cleanser”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki %1,8 salisilik asit ile gözenekleri derinlemesine temizler, komedon oluşumunu önler, aşırı yağ salınımını engeller. Etken Maddeler: Calendula: Anti- bakteriyel, anti-oksidan, yara iyileştirici ve tahriş önleyicidir. Golden Seal Ext: Antiseptiktir. Normal ve yağlıya eğilimli, yağlı/akneli ciltler için cildi kurutmayan, nazikçe arındıran köpük temizleyicidir. Etken Maddeler: Calendula: …anti-oksidan… ”* ifadelerine, **“Discoloration Reversal Moisturizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vitamin E: Serbest radikal zararlarını minimize eder… Tüm ciltler için leke açıcı gece kremidir. Leke serumlarının üzerine uygulanır. Sahip olduğu antioksidanlarla, cildi güneşin zararlı ışınlarına karşı güçlendirirken, lekelerin minimize olmasına yardımcı olur. Etken Maddeler: DDF Micro- Radiance Complex (Undecylenoyl Phenylalaine,Acetyl Glucosamine, Niacinamide) Melonsit pigmentlerini inhibe ederek, hiperpigmentasyonun minimize edilmesine yardımcı olur. Tüm ciltler için leke açıcı kremdir. Sahip olduğu antioksidanlarla, cildi güneşin zararlı ışınlarına karşı güçlendirirken, lekelerin minimize olmasına yardımcı olur”* ifadelerine, **“Glycolic Exfoliation Wash”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Etken Maddeler: Glikolik asit %5: Cilt üzerindeki soyucu etkisiyle, hücre yenilenmesini artırarak, cildin yenilenmesini sağlar. İnce çizgileri ve gözenekleri minimize eder.”* ifadelerine, **“Wrinkle Relax”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Diğer yüz tedavileri eşliğinde de uygulanabilir. Yaşlanma etkilerini cerrahi müdahale ve enjeksiyon olmaksızın minimuma indirmek üzere tasarlanmış bir cilt bakım serumudur… 60. Günden itibaren günde bir kez, sabahları uygulama sonuçları kalıcı kılar. Etken Maddeler: Argireline %10: Asetil kolin salınımını bloke ederek, kas kasılmasını engeller. Palmitoyl Tetrapepdide-7, Acetyl Hexapeptide-8, Palmitoyl Oligopeptide: Fibroblastları uyarır. Kolajenaz enzimini bloke ederek kolajen sentezini artırır. Magnezyum Askorbil Fosfat (Vit.C): …cildi sağlamlaştırır. Soya İsoflavanları (Fito-östrojen): Kolajen ve elastin yapımını tetikler. Retinli Plamitat: Avitamini türevidir. Çizgi oluşumunu engeller 2. Haftadan itibaren kırışıklıkların görünümünde gözle görülür azalma meydana gelir. 45 veya 60. Günden itibaren kırışıklarda %50’ye varan azalma gözlenir. Etken Maddeler: Palmitoyl Tetrapepdide-7, Acetyl Hexapeptide-8, Palmitoyl Oligopeptide: …Cilde sıklık ve elastikiyet kazandırırken, çizgileri minimize eder. Magnezyum Askorbil Fosfat (Vit.C): Antioksidandır,... Squalanie: Transepidermal su kaybını engelleyerek cildi nemlendirir.*” ifadelerine, **“Bio – Moisture Eye Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Kolajen ve elastin yapımını tetikleyerek, göz çevresine sıkılık kazandırır ve çizgileri minimize eder. Yaşlanma etkilerini önler ve geciktirir. Etken Maddeler: Argireline %2: Asetil kolin salımını bloke ederek, kas salımını azaltır. Adenin, Guanin, timidin, Sitozin: Hücre yenileyicidir. Hücrenin DNA yapısını güçlendirir. Magnezyum Askorbil Fosfat: Cildin kolajen yapısını destekler. Likopen: DNA hasarını azaltır. Hücrelerin hasar görmesini önler.”* ifadelerine, **“Glycolic %10 Exfoliating Oil Control Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Siyah nokta ve akne oluşumunu engeller. Etken Madde: Glikolik Asit %10. Hücre yenilenmesini hızlandırarak cildi yeniler. Magnezyum Askorbil Fosfat: Cildin kolajen yapısını destekler. Bergamot meyva ext. …antiseptiktir. Glutathione: Hücre bütünlüğünün korunmasına yardımcı olur. Cildin aşırı yağ salımını dengeler. Sivilce izlerinin görünümünü minimize eder. Bergamot meyva ext. Antioksidandır*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ddfturkiye.com](http://www.ddfturkiye.com) adresli internet sitesinde **“Wrinkle Resist Plus Pore Minimizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Normalden yağlıya eğilimli, yağlı ve gözenekli ciltler için gözenekleri sıkılaştıran, cildin yenilenme süresini hızlandırarak, çizgilerin minimize edilmesini sağlayan, anti-age etkili bakım serumudur. İçeriğindeki palmitoyl pentapeptidelie cildin yenilenme oranını ikiye katlayarak, cilde gençlik kazandırır. Hemen etki ile belirgin gözeneklerin görünümünü minimize eder. Antioksidanlarla cildin doğal yapısını sağlamlaştırır. Etken Maddeler: Vitamin+ Petpid Complex: Cildin kolajen üretimini tetikler. Vitamin E: Antioksidandır. Serbest radikallerin zararlarını minimize eder. Vitamin B5 VE Gliserin: Antioksidandır. Serbest radikal zararlarını minimize eder. Panthenol: Cildi nemlendirir, korur ve hücre yenilenmesini destekler.”* ifadelerine, **“Blemish Foaming Cleanser”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İçeriğindeki %1,8 salisilik asit ile gözenekleri derinlemesine temizler, komedon oluşumunu önler, aşırı yağ salınımını engeller. Etken Maddeler: Calendula: Anti- bakteriyel, anti-oksidan, yara iyileştirici ve tahriş önleyicidir. Golden Seal Ext: Antiseptiktir.”* ifadelerine, **“Discoloration Reversal Moisturizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Vitamin E: Serbest radikal zararlarını minimize eder..”* ifadelerine, **“Glycolic Exfoliation Wash”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Etken Maddeler: Glikolik asit %5: Cilt üzerindeki soyucu etkisiyle, hücre yenilenmesini artırarak, cildin yenilenmesini sağlar.”* ifadelerine, **“Wrinkle Relax”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Diğer yüz tedavileri eşliğinde de uygulanabilir. Yaşlanma etkilerini cerrahi müdahale ve enjeksiyon olmaksızın minimuma indirmek üzere tasarlanmış bir cilt bakım serumudur… 60. Günden itibaren günde bir kez, sabahları uygulama sonuçları kalıcı kılar. Etken Maddeler: Argireline %10: Asetil kolin salınımını bloke ederek, kas kasılmasını engeller. Palmitoyl Tetrapepdide-7, Acetyl Hexapeptide-8, Palmitoyl Oligopeptide: Fibroblastları uyarır. Kolajenaz enzimini bloke ederek kolajen sentezini artırır. Magnezyum Askorbil Fosfat (Vit.C): …cildi sağlamlaştırır. Soya İsoflavanları (Fito-östrojen): Kolajen ve elastin yapımını tetikler. Retinli Plamitat: Avitamini türevidir. Çizgi oluşumunu engeller*” ifadelerine, **“Bio – Moisture Eye Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Kolajen ve elastin yapımını tetikleyerek, göz çevresine sıkılık kazandırır ve çizgileri minimize eder. Yaşlanma etkilerini önler ve geciktirir. Etken Maddeler: Argireline %2: Asetil kolin salımını bloke ederek, kas salımını azaltır. Adenin, Guanin, timidin, Sitozin: Hücre yenileyicidir. Hücrenin DNA yapısını güçlendirir. Magnezyum Askorbil Fosfat: Cildin kolajen yapısını destekler. Likopen: DNA hasarını azaltır. Hücrelerin hasar görmesini önler.”* ifadelerine, **“Glycolic %10 Exfoliating Oil Control Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Siyah nokta ve akne oluşumunu engeller. Etken Madde: Glikolik Asit %10. Hücre yenilenmesini hızlandırarak cildi yeniler. Magnezyum Askorbil Fosfat: Cildin kolajen yapısını destekler. Bergamot meyva ext. …antiseptiktir. Glutathione: Hücre bütünlüğünün korunmasına 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.ddfturkiye.com](http://www.ddfturkiye.com) adresli internet sitesinde **“Wrinkle Resist Plus Pore Minimizer ”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Normalden yağlıya eğilimli, yağlı ve gözenekli ciltler için gözenekleri sıkılaştıran, cildin yenilenme süresini hızlandırarak, çizgilerin minimize edilmesini sağlayan, anti-age etkili bakım serumudur. Uzun vadede gözenekleri sıkılaştırır, çizgilerin görünümünü azaltır”* ifadelerinin, **“Blemish Foaming Cleanser”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Normal ve yağlıya eğilimli, yağlı/akneli ciltler için cildi kurutmayan, nazikçe arındıran köpük temizleyicidir. İçeriğindeki %1,8 salisilik asit ile gözenekleri derinlemesine temizler, …aşırı yağ salınımını engeller. Etken Maddeler: Calendula: …anti-oksidan…”* ifadelerinin, **“Discoloration Reversal Moisturizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Tüm ciltler için leke açıcı gece kremidir. Leke serumlarının üzerine uygulanır. Sahip olduğu antioksidanlarla, cildi güneşin zararlı ışınlarına karşı güçlendirirken, lekelerin minimize olmasına yardımcı olur. Etken Maddeler: DDF Micro- Radiance Complex (Undecylenoyl Phenylalaine,Acetyl Glucosamine, Niacinamide) Melonsit pigmentlerini inhibe ederek, hiperpigmentasyonun minimize edilmesine yardımcı olur.”* ifadelerinin, **“Glycolic Exfoliation Wash”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “ *İnce çizgileri ve gözenekleri minimize eder”* ifadelerinin, **“Wrinkle Relax”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*2. Haftadan itibaren kırışıklıkların görünümünde gözle görülür azalma meydana gelir. 45 veya 60. Günden itibaren kırışıklarda %50’ye varan azalma gözlenir. Etken Maddeler: Palmitoyl Tetrapepdide-7, Acetyl Hexapeptide-8, Palmitoyl Oligopeptide: …Cilde sıklık ve elastikiyet kazandırırken, çizgileri minimize eder. Magnezyum Askorbil Fosfat (Vit.C): Antioksidandır,... Squalanie: Transepidermal su kaybını engelleyerek cildi nemlendirir.*” ifadelerinin, **“Glycolic %10 Exfoliating Oil Control Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Cildin aşırı yağ salımını dengeler. Sivilce izlerinin görünümünü minimize eder. Bergamot meyva ext. Antioksidandır*” ifadelerinin, **“Discoloration Reversal Moisturizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Tüm ciltler için leke açıcı kremdir. Sahip olduğu antioksidanlarla, cildi güneşin zararlı ışınlarına karşı güçlendirirken, lekelerin minimize olmasına yardımcı olur*”ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ross Pharma İlaç Kozmetik Sağlık Hiz. San. ve Dış. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2015/1641**

**Şikayet Edilen:** **D-Market Elektronik Hizmetler Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Kasım 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kasım 2015 döneminde [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde **“Benev Azalex Calming Gel 35 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt Tipi-Kılcal damar sorunu olan ciltler. Ürün Özellikleri-Doğal bir madde olan Azelaik Asitin Anti - Rozasea etkisi vardır. Cildin yüzeyinde bulunan kılcal damarların görünümünü azaltır, yok eder. Düzenli kullanım 8 hafta sonucunda %41 Rozaseada azalma sağlar. 12 hafta içerisinde Rozasea belirtileri gözle görülür şekilde yok olur”* ifadelerine, **“Benev Pure Squalane Moisturizer 20 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri- Atopik Dermatit tipli ciltlerde son derece etkilidir. Güneş yanığı sonrası iritasyonu azaltır”* ifadelerine, **“Benev GF-DNA Serum 18 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri- Genetik yaşlanmayı geriye çevirir. Genetik yaşlanmayı yavaşlatır. Arabidopsis Thalania enzimi, UV, sık hava yolu yolculuğu, egzost dumanı vs. sebep olduğu cilt DNA hasarını onarır”* ifadelerine, **“Sisley Cellulinov Soin Anti-Cellulite Intensif 200 Ml Selülit Karşıtı Bakım”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt Tipi- İnceltici ve sıkılaştırıcı selülit bakımı arayan tüm kadınlar içindir. Ürün Özellikleri-Cellulinov selülitin oluşumunu ve cildin girintili ve çıkıntılı görünümünü yok etmek için iki 'inceltici ' etki gösterir. Longan çekirdeği özü; Yağ hücrelerini bir diet'e sokar ve onların sayıca çoğalmalarını engeller. Longan Tohumu ve Lotus Çiçeği; Yağ hücrelerini 'adipositler' çevreleyen protein ağını- kolajen- korur, böylece genişlemesini sınırlar. Kırmızı Yosun; Yağların depolanmasını önler. Lotus Çiçeği, Kafein ve Sedrol; Yağ oluşumunu yavaşlatmak ve elimine edilmesini teşvik eder. Su Tutması ve doku tıkanıklığına karşı mücadele eder. Gingo Biloba; Kapiton görünüme neden olan adipoz dokunun tıkanıklığı ile mücadele eder”* ifadelerine, **“Transvital Perfecting Body Lift Contours 200ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Bu komplex içerisinde bulunan OsiLift cildi gerginleştirir, anında ve uzun süren toparlama, Essenskin® ise cildin eski sıkılığının ve yoğunluğunun yerine gelmesini ve hücre yaşamını tetikleyerek cildi yeniden yapılandırılmasını sağlar. Son olarak Cerasome, moleküler oksijenin dermis ve epidermis arasında transferini sağlayan taşıyıcı sistem ile, daha canlı ve genç bir görünüm elde edilir. Ürün Avantajları-Perfecting Body Lift Conture ciltteki 'portakal' görünümünü en aza inmesini sağlar, eski şeklini yeniden kazandırmaya ve sıkılaştırmaya yardımcı olur. Yağ oluşumunun engellenmesini ve mevcut yağların parçalanmasına yardım olur. Drenaj etkisi sağlar”* ifadelerine, **“Sensai Cellular Performance Body Contour Concentrate 200ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-* *Cellular Performance Body Contour Concentrate cennet biberi ile lipoliz etkisini sağlar, yağı yakar ve parçalayarak vücudu şekillendirir. Avocado özü ile enerji metabolizmasını hızlandırarak vücudu sıkılaştırır. 1. ayın sonunda %20 oranında yağ azalma sağlar. Ürün Avantajları-Lipoliz etkisi kafeinden 1.6 oranında daha fazla etkili olan Cellular Performance Body Contour Concentrate ürünün içeriğinde yer alan cennet biberi sayesinde vücut mükemmel şekillenerek, sıkılaşır. Ürün kullanımı-Hamile bayanlarında kullanabileceği tek ürün”* ifadelerine, **“Sebamed Çatlak Bakım Kremi 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt Tipi-Hamilelik, vücut geliştirme, obezite, ergenlik dönemine bağlı çatlakların giderilmesinde kullanılır. Ürün Avantajları-Çatlakların oluşmasını önler. Mevcut Çatlakların Giderilmesini sağlar. Bağ dokuların yenilenmesine yardımcı olur.”* ifadelerine, **“Babe Anti Cellulite Cream Selülit Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-BABE Selülit Giderici ve Sıklaştırıcı Krem/Jel. Dokularını Sıkılaştırmaya ve Selülit Oluşumunu Engellemeye Yardımcı, Yağ Azaltıcı Kremi. Yüksek oranda selülit giderici aktif bileşenleri ile kılcal damarlardaki kan dolaşımını artırarak birikmiş yağ dokularını inceltmeye ve cildin düzgün görünüme kavuşmasına yardımcı olur. 3'lü etkisiyle incelme, selülit ve sıkılaşma sorunlarınızdan en etkili bakımla kurtulabilirsiniz sadece 3 aylık uygulama bunun için yeterli olacaktır”* ifadelerine, **“La Prairie White Caviar Illuminating 15 Ml Göz Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Saf kahverengi meyankökü özü (…)ciltte oluşacak lekeleri önler. C Vitamini ise melaninlerin oluşumunu engelleyerek cilde aydınlık verir, hiperaktif melonositleri yavaşlatarak cildin tonunu dengeler. Hücre yenilemesinin en önemli elementi olan yüksek oranda Omega-3 yağ asiti içererek, cildin anti-oksidanlara karşı koruma seviyesini arttırır, lipidlerin yerini alarak nem bariyerini geliştirir ve cildin sıkılaşma sürecinde önemli bir rol oynar. Kırışıklık önleyici. Yasemin, nilüfer ve ginseng çiçeklerinden oluşan beyaz çiçek kompleks cilt hücrelerine enerji verir ve anti-oksidan etki sağlar. Hücresel bileşim ise ciltteki hücrelerin yenilenme sürecini uyarır, nemlendirir ve cildin optimum işleyişine enerji ve besin sağlayarak destek olur. White Caviar Illuminating Eye Serum hassas göz çevresinde pigmentasyon problemiyle oluşan koyu renk halkaların görünümlerini azaltarak, göz çevresini sıkılaştırır ve aydınlatır. Göz altında oluşan şişkinlikleri azaltır, göz çevresinin sıkılaşmasına ve elastikiyetinin artmasına yardımcı olur.”* ifadelerine, **“La Prairie Cellular Cream Platinum Rare 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Seramid 2 ve Palmitoylated Matrikine bileşimi; hücre iletişimini canlandırmaya ve yaş yüzünden oluşan cilt hasarlarını onarmaya yardımcı olur. Kırışıklıkları ve mimik çizgilerini pürüzsüzleştirirken, cildin alt tabakasına kadar onarır. Zaman içinde giderek artan partiküller halindeki küçük partiküller halindeki Hesperidin Smart Kristalleri, hücre çekirdeğindeki DNAyı korur ve Resveratrol ile sinerji içerisinde çalışarak cildin mikro-sirkülasyonunu geliştirir ve anti-oxidan koruma sağlar. La Prairienin Eşsiz Hücresel Bileşimi, cildin doğal yenilenme sürecini harekete geçirir”* ifadelerine, **“Estee Lauder Advanced Time Zone Age Reversig Line Wrinkle Cream N/C Spf15 30 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Avantajları-3'lü Hücre Uyarıcı Kompleksi, Kırışıklık Doldurma Teknolojisi ve İdeal Onarım Teknolojisi ile çizgi ve kırışıklıklarınızı geriye sarın”* ifadelerine, **“Estee Lauder Advanced Night Repair 15 Ml Göz Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Estée Lauder Ozonun cilt hücreleri üzerinde derinlemesine olumsuz etkiler bıraktığını kanıtlandı. Bunlardan bazıları, cildin doğal enerjisinin azalma, serbest radikallerde artış ve kalıcı DNA hasarıdır. Geliştirilmiş teknolojisi ile yeni Advanced Night Repair Göz Serumu''nun ozonun göz çevrenizde oluşturduğu hasarları %100''e kadar engellediği kanıtlandı. Bilimsel Gerçek: Her gün maruz kaldığınız hava kirliliği göz çevrenizdeki gözle görülür yaşlanma belirtilerinin oluşumunu hızlandırır. Şimdi, hava kirliliğine karşı süper etkili göz serumumuzu keşfedin, ozonun cildinizde oluşturduğu hasarları engelleyin: Göz çevreniz daha aydınlık, genç ve daha canlı görünecek. Test edildi ve kanıtlandı”* ifadelerine, **“Lancome Genifique Yeux 15 Ml Göz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Gençlik genlerinin aktivitesini uyarır\* Yorgunluk izleri yok olur, orijinal gençlik kalitesi geri kazanılır”* ifadelerine, **“Burt's Bees Karın Çatlak Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri- Hamilelik döneminde oluşan çatlak izlerinin tedavisinde oldukça etkilidir. Ürün Avantajları-Çatlak oluşumunu engellemek için tüm hamilelik süresince ve doğumdan sonra kullanılması önerilir. %100 doğal içeriğe sahip olan krem, doğanın ışıltısını cildinize yansıtır. Paraben, ftalat ve petrokimyasal içermez”* ifadelerine, **“Dr.Murad Intensive Wrinkle Reducer - Yoğun Ve Hızlı Kırışıklık Azaltıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Formülündeki; GlycoNutrient Complex ile hücre yenilenmesini hızlandırmaya … yardımcı olur.”* ifadelerine, **“DDF Restoring Night Serum 25 ml - Kuru ve Çok Nemsiz Ciltler için Gece Bakım Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Kafein: Kan dolaşımını hızlandırarak, nemlenmesini sağlar”* ifadelerine, **“DDF Blemish Control Treatment with Salicylic Acne Medication - Akneli Ciltler için Gece Bakım Kremi 50ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yararları: Akne tedavisinde destek olarak kullanılır”* ifadelerine, **“DDF Wrinkle Resist Plus Pore Minimizer 50 ml - Cildi Yenileyen ve Gözenek Sıkılaştırıcı Anti-age Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt tipi-… cildin yenilenmesini hızlandıran… Ürün Özellikleri-5 günde cildin yenilenme oranını ikiye katlar. Cildi yeniler…”* ifadelerine, **“DDF Blemish Foaming Cleanser 200ml - Ciltteki Fazla Yağı Dengeleyici Temizleme Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Red clover Anti-inflamatuar etkisi vardır. Golden Seal Ekstresi Antiseptik özellikledir. Myrrh Ekstresi Antiseptik özelliktedir. Echinecea Ekstresi Antiseptik özelliktedir”* ifadelerine, **“Sinoz Leke Kremi - Tekli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sizde 2011 Yılı Tüketici Kalite Ödüllü Sinoz Ürünleri ile Tanışın..*

*- Cilt lekeleri bir çok insan için çok büyük sorun teşkil etmekte ve çözüm noktasında çok çeşitli yöntemler denemekteyiz.*

*- Bu yöntemlerin çoğu maalesef kesin sonuç almamızda etkili olamamakta ve çözülemeyen leke sorunu hem psikolojik hemde bir çok cilt rahatsızlığına götürecek kadar sorun teşkil edebilmektedir.*

*- Yapılan son bilimsel araştırmalar ve AR-Ge çalışmaları sonucunda doğanın bize sunduğu Su teresinin cilt lekeleri üzerindeki etkisi kanıtlanmıştır.*

*- Sinoz olarak uzun zaman alan çalışmalarımız sonucunda başta su teresi ve diğer bitki özlerini kullanarak elde ettiğimiz formül neticesinde sizleri başta güneş lekesi, sivilce lekesi, hamilelikten kaynaklı lekeler, yaşlılık lekesi gibi doğuştan gelmeyen tüm lekelerden çok kısa sürede kurtulmanıza yardımcı olacak Sinoz Leke kremini ürettik.*

*- Sinoz Leke Kremini düzenli olarak kullandığınızda var olan lekelerinizi gidermenin yanı sıra, çok hassas ve sürekli leke oluşumuna müsait olan cilt tiplerinde yeni leke oluşumunu da engellediği tespit edilmiştir.*

*- Sinoz Leke Kremini güvenle kullanabilir, lekesiz duru ve pürüzsüz bir cilde çok kısa zamanda kavuşabilirsiniz.*

*Sinoz Cilt Lekesi Kremi*

*- Güneşin sebep olduğu leke ve çillerde, sivilce lekelerinde, doğum sonrası oluşan lekelerde, doğum kontrol ve hormon haplarının sebep olduğu lekelerde, yaşlılıktan kaynaklı ellerde çıkan lekelerin giderilmesinde ve yeni leke oluşumunun engellenmesinde etkili eşsiz bir ürün olarak karşınızda durmaktadır.*

*- Sinoz Leke Kremi'ni cildinize sürdüğünüzde cildinizin alt tabakasına nüfuz ederek lekelerin adeta eriyip parçalanarak yok olmasını sağlar.*

*- Sinoz Leke Kremi ile lekelerinizden kurtulmak için her akşam yatmadan önce sorunlu bölgeye sürmeniz yeterlidir.*

*- Sinoz Leke Kremi'ni, el, yüz, boyun, omuz ve dekolte bölgeler gibi vücudunuzun her yerinde kullanabilirsiniz.*

*Diğer Leke Kremlerinden Farkı Nedir?*

*- Sinoz Leke Kremi %100 bitkisel içeriklerle ve nano teknoloji kullanılarak üretilmiştir.*

*- Sinoz Leke Kremi'nin en büyük özelliği diğer leke kremleri gibi aylarca kullanıp sonuç beklemenize gerek kalmadan cildinizin yapısına göre 3 gün ile 1 ay arasında sonuç alabilmeniz için formüle edilmiştir.*

*Sinoz Leke Kremi'nden Kaç Kutu Kullanmam Gerekir?*

*- Yüzünüzün belirli yerlerinde küçük çaplı koyu güneş lekeleri var, bu lekeler yazın iyice koyulaşıyor kışın hafifliyor mu?*

*- Öyleyse sizin bir kutu Sinoz Leke kremi kullanmanız yeterli.*

*- 5-10 yılı aşkın süredir çok koyu güneş lekeleriniz mi var? Yada hamilelikten sonra doğum lekeleri mi oluştu? Cildiniz çok hassas ve sürekli yeni güneş lekeleri çıkmaya devam mı ediyor?*

*- Öyleyse iki kutu Sinoz Leke kremi kullanmalısınız.*

*- İleri yaştasınız ve hem güneş hem yaşlılık lekeleri mi var? Omuzlarınızda, dekolte bölgelerinizde, yüzünüzde çok koyu güneş lekeleri mi var?*

*- Üç kutu Sinoz leke kremini düzenli olarak kullanıp bitirmenizi öneririz.*

*- Üstelik Sinoz leke kremini kullanıp lekelerinizden kurtulduktan sonra cildinizi korumak ve leke oluşumunu engellemek için Sinoz leke kremini düzenli olarak kullanmaya devam edebilirsiniz”* ifadelerine, **“Mustela Vitamin Barrier Cream 1.2.3 50 Ml - Bez Bölgesi Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-pişik oluştuğunda tahrişi yatıştırmaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Mustela Stretch Marks Double Action 150 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Özel olarak hamile bayanlar için formüle edilmiş, Mustela Anne Serisi DOuble Acton Çatlak Bakım Kremi, doğal etken maddelerin yenilikçi bileşimi sayesinde çatlakların oluşumunun önlemnesine … yardımcı olur. Japon soforası ve oligo elementlerin bazını oluşturduğu yeniden yapılandırmaya yardımcı bileşimi ile cildin hücresel yenilenmesi ve cildin canlanmasına yardımcı olur. Ürün Avantajları-Sophora japonica ve olio elementler: hücre yenilenmesine yardımcı olur”* ifadelerine, **“Deborah Çatlak Bakım Kremi 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-…hamilelik, ani kilo alma/verme, ergenlik gibi dönemlerde meydana gelebilecek çatlakların oluşumunu engeller. Ciltteki fibroblast hücrelerin korunmasını gerçekleştiren DLAB ELASTOPLUS COMPLEX ile formüle edilmiştir”* ifadelerine, **“Mustela Stretch Marks Care Oil 105 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Hamileler ve yeni anneler için özel formüle edilmiştir”* ifadelerine, **“Nuxe Nuxuriance Serum 30 Ml- Yaşlanma Karşıtı Yoğunlaştırıcı Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Yaşlanma veya güneş ışınları sonucu oluşan kahverengi lekeleri gidermek için idealdir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde **“Benev Azalex Calming Gel 35 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt Tipi-Kılcal damar sorunu olan ciltler. Ürün Özellikleri-Doğal bir madde olan Azelaik Asitin Anti - Rozasea etkisi vardır. Cildin yüzeyinde bulunan kılcal damarların görünümünü azaltır, yok eder. Düzenli kullanım 8 hafta sonucunda %41 Rozaseada azalma sağlar. 12 hafta içerisinde Rozasea belirtileri gözle görülür şekilde yok olur”* ifadelerine, **“Benev Pure Squalane Moisturizer 20 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri- Atopik Dermatit tipli ciltlerde son derece etkilidir. Güneş yanığı sonrası iritasyonu azaltır”* ifadelerine, **“Benev GF-DNA Serum 18 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri- Genetik yaşlanmayı geriye çevirir. Genetik yaşlanmayı yavaşlatır. Arabidopsis Thalania enzimi, UV, sık hava yolu yolculuğu, egzost dumanı vs. sebep olduğu cilt DNA hasarını onarır”* ifadelerine, **“Sisley Cellulinov Soin Anti-Cellulite Intensif 200 Ml Selülit Karşıtı Bakım”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt Tipi- İnceltici ve sıkılaştırıcı selülit bakımı arayan tüm kadınlar içindir. Ürün Özellikleri-Cellulinov selülitin oluşumunu ve cildin girintili ve çıkıntılı görünümünü yok etmek için iki 'inceltici ' etki gösterir. Longan çekirdeği özü; Yağ hücrelerini bir diet'e sokar ve onların sayıca çoğalmalarını engeller. Longan Tohumu ve Lotus Çiçeği; Yağ hücrelerini 'adipositler' çevreleyen protein ağını- kolajen- korur, böylece genişlemesini sınırlar. Kırmızı Yosun; Yağların depolanmasını önler. Lotus Çiçeği, Kafein ve Sedrol; Yağ oluşumunu yavaşlatmak ve elimine edilmesini teşvik eder. Su Tutması ve doku tıkanıklığına karşı mücadele eder. Gingo Biloba; Kapiton görünüme neden olan adipoz dokunun tıkanıklığı ile mücadele eder”* ifadelerine, **“Transvital Perfecting Body Lift Contours 200ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Bu komplex içerisinde bulunan OsiLift cildi gerginleştirir, anında ve uzun süren toparlama, Essenskin® ise cildin eski sıkılığının ve yoğunluğunun yerine gelmesini ve hücre yaşamını tetikleyerek cildi yeniden yapılandırılmasını sağlar. Son olarak Cerasome, moleküler oksijenin dermis ve epidermis arasında transferini sağlayan taşıyıcı sistem ile, daha canlı ve genç bir görünüm elde edilir. Ürün Avantajları-Perfecting Body Lift Conture ciltteki 'portakal' görünümünü en aza inmesini sağlar, eski şeklini yeniden kazandırmaya ve sıkılaştırmaya yardımcı olur. Yağ oluşumunun engellenmesini ve mevcut yağların parçalanmasına yardım olur. Drenaj etkisi sağlar”* ifadelerine, **“Sensai Cellular Performance Body Contour Concentrate 200ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-* *Cellular Performance Body Contour Concentrate cennet biberi ile lipoliz etkisini sağlar, yağı yakar ve parçalayarak vücudu şekillendirir. Avocado özü ile enerji metabolizmasını hızlandırarak vücudu sıkılaştırır. 1. ayın sonunda %20 oranında yağ azalma sağlar. Ürün Avantajları-Lipoliz etkisi kafeinden 1.6 oranında daha fazla etkili olan Cellular Performance Body Contour Concentrate ürünün içeriğinde yer alan cennet biberi sayesinde vücut mükemmel şekillenerek, sıkılaşır. Ürün kullanımı-Hamile bayanlarında kullanabileceği tek ürün”* ifadelerine, **“Sebamed Çatlak Bakım Kremi 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt Tipi-Hamilelik, vücut geliştirme, obezite, ergenlik dönemine bağlı çatlakların giderilmesinde kullanılır. Ürün Avantajları-Çatlakların oluşmasını önler. Mevcut Çatlakların Giderilmesini sağlar. Bağ dokuların yenilenmesine yardımcı olur.”* ifadelerine, **“Babe Anti Cellulite Cream Selülit Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-BABE Selülit Giderici ve Sıklaştırıcı Krem/Jel. Dokularını Sıkılaştırmaya ve Selülit Oluşumunu Engellemeye Yardımcı, Yağ Azaltıcı Kremi. Yüksek oranda selülit giderici aktif bileşenleri ile kılcal damarlardaki kan dolaşımını artırarak birikmiş yağ dokularını inceltmeye ve cildin düzgün görünüme kavuşmasına yardımcı olur. 3'lü etkisiyle incelme, selülit ve sıkılaşma sorunlarınızdan en etkili bakımla kurtulabilirsiniz sadece 3 aylık uygulama bunun için yeterli olacaktır”* ifadelerine, **“La Prairie White Caviar Illuminating 15 Ml Göz Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Saf kahverengi meyankökü özü (…)ciltte oluşacak lekeleri önler. C Vitamini ise melaninlerin oluşumunu engelleyerek cilde aydınlık verir, hiperaktif melonositleri yavaşlatarak cildin tonunu dengeler. Hücre yenilemesinin en önemli elementi olan yüksek oranda Omega-3 yağ asiti içererek, cildin anti-oksidanlara karşı koruma seviyesini arttırır, lipidlerin yerini alarak nem bariyerini geliştirir ve cildin sıkılaşma sürecinde önemli bir rol oynar. Kırışıklık önleyici. Yasemin, nilüfer ve ginseng çiçeklerinden oluşan beyaz çiçek kompleks cilt hücrelerine enerji verir ve anti-oksidan etki sağlar. Hücresel bileşim ise ciltteki hücrelerin yenilenme sürecini uyarır, nemlendirir ve cildin optimum işleyişine enerji ve besin sağlayarak destek olur. White Caviar Illuminating Eye Serum hassas göz çevresinde pigmentasyon problemiyle oluşan koyu renk halkaların görünümlerini azaltarak, göz çevresini sıkılaştırır ve aydınlatır. Göz altında oluşan şişkinlikleri azaltır, göz çevresinin sıkılaşmasına ve elastikiyetinin artmasına yardımcı olur.”* ifadelerine, **“La Prairie Cellular Cream Platinum Rare 50 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Seramid 2 ve Palmitoylated Matrikine bileşimi; hücre iletişimini canlandırmaya ve yaş yüzünden oluşan cilt hasarlarını onarmaya yardımcı olur. Kırışıklıkları ve mimik çizgilerini pürüzsüzleştirirken, cildin alt tabakasına kadar onarır. Zaman içinde giderek artan partiküller halindeki küçük partiküller halindeki Hesperidin Smart Kristalleri, hücre çekirdeğindeki DNAyı korur ve Resveratrol ile sinerji içerisinde çalışarak cildin mikro-sirkülasyonunu geliştirir ve anti-oxidan koruma sağlar. La Prairienin Eşsiz Hücresel Bileşimi, cildin doğal yenilenme sürecini harekete geçirir”* ifadelerine, **“Estee Lauder Advanced Time Zone Age Reversig Line Wrinkle Cream N/C Spf15 30 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Avantajları-3'lü Hücre Uyarıcı Kompleksi, Kırışıklık Doldurma Teknolojisi ve İdeal Onarım Teknolojisi ile çizgi ve kırışıklıklarınızı geriye sarın”* ifadelerine, **“Estee Lauder Advanced Night Repair 15 Ml Göz Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Estée Lauder Ozonun cilt hücreleri üzerinde derinlemesine olumsuz etkiler bıraktığını kanıtlandı. Bunlardan bazıları, cildin doğal enerjisinin azalma, serbest radikallerde artış ve kalıcı DNA hasarıdır. Geliştirilmiş teknolojisi ile yeni Advanced Night Repair Göz Serumu''nun ozonun göz çevrenizde oluşturduğu hasarları %100''e kadar engellediği kanıtlandı. Bilimsel Gerçek: Her gün maruz kaldığınız hava kirliliği göz çevrenizdeki gözle görülür yaşlanma belirtilerinin oluşumunu hızlandırır. Şimdi, hava kirliliğine karşı süper etkili göz serumumuzu keşfedin, ozonun cildinizde oluşturduğu hasarları engelleyin: Göz çevreniz daha aydınlık, genç ve daha canlı görünecek. Test edildi ve kanıtlandı”* ifadelerine, **“Lancome Genifique Yeux 15 Ml Göz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Gençlik genlerinin aktivitesini uyarır\* Yorgunluk izleri yok olur, orijinal gençlik kalitesi geri kazanılır”* ifadelerine, **“Burt's Bees Karın Çatlak Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri- Hamilelik döneminde oluşan çatlak izlerinin tedavisinde oldukça etkilidir. Ürün Avantajları-Çatlak oluşumunu engellemek için tüm hamilelik süresince ve doğumdan sonra kullanılması önerilir. %100 doğal içeriğe sahip olan krem, doğanın ışıltısını cildinize yansıtır. Paraben, ftalat ve petrokimyasal içermez”* ifadelerine, **“Dr.Murad Intensive Wrinkle Reducer - Yoğun Ve Hızlı Kırışıklık Azaltıcı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Formülündeki; GlycoNutrient Complex ile hücre yenilenmesini hızlandırmaya … yardımcı olur.”* ifadelerine, **“DDF Restoring Night Serum 25 ml - Kuru ve Çok Nemsiz Ciltler için Gece Bakım Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Kafein: Kan dolaşımını hızlandırarak, nemlenmesini sağlar”* ifadelerine, **“DDF Blemish Control Treatment with Salicylic Acne Medication - Akneli Ciltler için Gece Bakım Kremi 50ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yararları: Akne tedavisinde destek olarak kullanılır”* ifadelerine, **“DDF Wrinkle Resist Plus Pore Minimizer 50 ml - Cildi Yenileyen ve Gözenek Sıkılaştırıcı Anti-age Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cilt tipi-… cildin yenilenmesini hızlandıran… Ürün Özellikleri-5 günde cildin yenilenme oranını ikiye katlar. Cildi yeniler…”* ifadelerine, **“DDF Blemish Foaming Cleanser 200ml - Ciltteki Fazla Yağı Dengeleyici Temizleme Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Red clover Anti-inflamatuar etkisi vardır. Golden Seal Ekstresi Antiseptik özellikledir. Myrrh Ekstresi Antiseptik özelliktedir. Echinecea Ekstresi Antiseptik özelliktedir”* ifadelerine, **“Sinoz Leke Kremi - Tekli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sizde 2011 Yılı Tüketici Kalite Ödüllü Sinoz Ürünleri ile Tanışın..*

*- Cilt lekeleri bir çok insan için çok büyük sorun teşkil etmekte ve çözüm noktasında çok çeşitli yöntemler denemekteyiz.*

*- Bu yöntemlerin çoğu maalesef kesin sonuç almamızda etkili olamamakta ve çözülemeyen leke sorunu hem psikolojik hemde bir çok cilt rahatsızlığına götürecek kadar sorun teşkil edebilmektedir.*

*- Yapılan son bilimsel araştırmalar ve AR-Ge çalışmaları sonucunda doğanın bize sunduğu Su teresinin cilt lekeleri üzerindeki etkisi kanıtlanmıştır.*

*- Sinoz olarak uzun zaman alan çalışmalarımız sonucunda başta su teresi ve diğer bitki özlerini kullanarak elde ettiğimiz formül neticesinde sizleri başta güneş lekesi, sivilce lekesi, hamilelikten kaynaklı lekeler, yaşlılık lekesi gibi doğuştan gelmeyen tüm lekelerden çok kısa sürede kurtulmanıza yardımcı olacak Sinoz Leke kremini ürettik.*

*- Sinoz Leke Kremini düzenli olarak kullandığınızda var olan lekelerinizi gidermenin yanı sıra, çok hassas ve sürekli leke oluşumuna müsait olan cilt tiplerinde yeni leke oluşumunu da engellediği tespit edilmiştir.*

*- Sinoz Leke Kremini güvenle kullanabilir, lekesiz duru ve pürüzsüz bir cilde çok kısa zamanda kavuşabilirsiniz.*

*Sinoz Cilt Lekesi Kremi*

*- Güneşin sebep olduğu leke ve çillerde, sivilce lekelerinde, doğum sonrası oluşan lekelerde, doğum kontrol ve hormon haplarının sebep olduğu lekelerde, yaşlılıktan kaynaklı ellerde çıkan lekelerin giderilmesinde ve yeni leke oluşumunun engellenmesinde etkili eşsiz bir ürün olarak karşınızda durmaktadır.*

*- Sinoz Leke Kremi'ni cildinize sürdüğünüzde cildinizin alt tabakasına nüfuz ederek lekelerin adeta eriyip parçalanarak yok olmasını sağlar.*

*- Sinoz Leke Kremi ile lekelerinizden kurtulmak için her akşam yatmadan önce sorunlu bölgeye sürmeniz yeterlidir.*

*- Sinoz Leke Kremi'ni, el, yüz, boyun, omuz ve dekolte bölgeler gibi vücudunuzun her yerinde kullanabilirsiniz.*

*Diğer Leke Kremlerinden Farkı Nedir?*

*- Sinoz Leke Kremi %100 bitkisel içeriklerle ve nano teknoloji kullanılarak üretilmiştir.*

*- Sinoz Leke Kremi'nin en büyük özelliği diğer leke kremleri gibi aylarca kullanıp sonuç beklemenize gerek kalmadan cildinizin yapısına göre 3 gün ile 1 ay arasında sonuç alabilmeniz için formüle edilmiştir.*

*Sinoz Leke Kremi'nden Kaç Kutu Kullanmam Gerekir?*

*- Yüzünüzün belirli yerlerinde küçük çaplı koyu güneş lekeleri var, bu lekeler yazın iyice koyulaşıyor kışın hafifliyor mu?*

*- Öyleyse sizin bir kutu Sinoz Leke kremi kullanmanız yeterli.*

*- 5-10 yılı aşkın süredir çok koyu güneş lekeleriniz mi var? Yada hamilelikten sonra doğum lekeleri mi oluştu? Cildiniz çok hassas ve sürekli yeni güneş lekeleri çıkmaya devam mı ediyor?*

*- Öyleyse iki kutu Sinoz Leke kremi kullanmalısınız.*

*- İleri yaştasınız ve hem güneş hem yaşlılık lekeleri mi var? Omuzlarınızda, dekolte bölgelerinizde, yüzünüzde çok koyu güneş lekeleri mi var?*

*- Üç kutu Sinoz leke kremini düzenli olarak kullanıp bitirmenizi öneririz.*

*- Üstelik Sinoz leke kremini kullanıp lekelerinizden kurtulduktan sonra cildinizi korumak ve leke oluşumunu engellemek için Sinoz leke kremini düzenli olarak kullanmaya devam edebilirsiniz”* ifadelerine, **“Mustela Vitamin Barrier Cream 1.2.3 50 Ml - Bez Bölgesi Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-pişik oluştuğunda tahrişi yatıştırmaya yardımcı olur”* ifadelerine, **“Mustela Stretch Marks Double Action 150 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Özel olarak hamile bayanlar için formüle edilmiş, Mustela Anne Serisi DOuble Acton Çatlak Bakım Kremi, doğal etken maddelerin yenilikçi bileşimi sayesinde çatlakların oluşumunun önlemnesine … yardımcı olur. Japon soforası ve oligo elementlerin bazını oluşturduğu yeniden yapılandırmaya yardımcı bileşimi ile cildin hücresel yenilenmesi ve cildin canlanmasına yardımcı olur. Ürün Avantajları-Sophora japonica ve olio elementler: hücre yenilenmesine yardımcı olur”* ifadelerine, **“Deborah Çatlak Bakım Kremi 200 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-…hamilelik, ani kilo alma/verme, ergenlik gibi dönemlerde meydana gelebilecek çatlakların oluşumunu engeller. Ciltteki fibroblast hücrelerin korunmasını gerçekleştiren DLAB ELASTOPLUS COMPLEX ile formüle edilmiştir”* ifadelerine, **“Mustela Stretch Marks Care Oil 105 Ml”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Hamileler ve yeni anneler için özel formüle edilmiştir”* ifadelerine, **“Nuxe Nuxuriance Serum 30 Ml- Yaşlanma Karşıtı Yoğunlaştırıcı Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün Özellikleri-Yaşlanma veya güneş ışınları sonucu oluşan kahverengi lekeleri gidermek için idealdir”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **D-Market Elektronik Hizmetler Ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**19)**

**Dosya No: 2015/1839**

**Şikayet Edilen: Dr. Özcan ÇAKMAKÇIOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, anılan internet sitesinde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com/ozcancakmakcioglu](http://www.facebook.com/ozcancakmakcioglu) adresli internet sitesinin 19.02.2016 tarihli görünümünde hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği ve bu suretle yapılan tanıtımların sağlık alanında hekim olarak faaliyet gösteren şahsınızın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları ve şahıslar 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 inci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**20)**

**Dosya No: 2016/146**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Ali DULUM**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsınıza ait www.alidulum.com adresli internet sitesinin 01.04.2016 tarihli görünümünde;

- “Burun Estetiği” başlığı altında; *“(…)sizde burun estetiği Alanya merkezinde güzel bir burna sahip olabilirsiniz en azından normal bir buruna, nefes almayan ve şekli bozuk bir burunla ömür boyu yaşamak zorunda değilsiniz. Septorinoplasti operasyonu günümüzde en sık yapılan estetik ameliyatıdır sizde bu ameliyat sayesinde güzel ve nefes alan bir buruna kavuşabilirsiniz. Alanya Burun Estetiği merkezi olarak burun ameliyatı yaptırmakta asıl amacımız çok iyi nefes alan ve yüze uyum sağlayan bir burun yapmaktır.(…)değişik pozisyonlarda fotoğraflar çekmekteyiz. Fotoğraflar üzerinde değişik burun şekillerini yaparak olası burun üzerinde tartışmaktayız. Bu fotoğraflar yapılacak burun hakkında bize bilgi vermektedir. Bizim istediğimiz değil hastanın istekleri doğrultusunda bizimle tavsiyelerimizi söyleyerek yeni bir şekil oluşturuyoruz.(…)Alanya Burun Estetiği merkezi açık ameliyat, öğrenmesi daha kolay bir tekniktir ve cilt kaldırıldığı için yapmak daha kolaydır.(…)Ancak öğrenmesi ve yönetmesi daha kolay olduğu için günümüzde açık ameliyat,(…)Ben her zaman yaptığımız işin bir ekip işi olduğunu ve doktor ile hastanın da bu ekibin en önemli iki unsuru olduğunu vurgulamaya çalışırım.(…)”,*

- “Yüz Germe” başlığı altında; *“(…)Yüz Germe Alanya ameliyatına aday ideal kişiler, yüz ve boyun derisi sarkmaya başlamış ancak cildi hala elastikiyetini tam kaybetmemiş, başka sağlık problemi olmayanlardır.(…)Alanya Yüz Germe ameliyatı sırasında, yüzün daha güzel ve daha genç görünmesi için, burun ve gözkapakları estetiği, alın düzeltme, kaş kaldırma ameliyatları da eklenebilir.(…)”,*

-“Göz Kapağı Estetiği” başlığı altında; *“(…)daha sağlıklı ve estetik bir görünüme kavuşturulduğu ameliyatlara verilen genel addır.(…) Göz Kapağı Estetiği Alanya (Blefaroplasti ) genellikle 30-40 yaş civarında ihtiyaç duyulur ve bu yaşlarda yüzün kalanı iyi durumda ise tek başına uygulanması yüzü çok etkili bir şekilde gençleştirir.(…)”,*

- “Dudak Dolgusu” başlığı altında; *“(…)dudaklar dolgu enjeksiyonlarına doğal ve olumlu sonuçlar vermektedir. Dudak dolgusu Alanya(…)Son yıllarda oldukça popüler olan dudak dolgusu estetik ve ağrısız bir teknik operasyondur. Alanya Dudak Dolgusu merkezi olarak dikkat ettiğimiz noktalar dolgu verilen dudağın genel ağız yapısıyla ve yüz yapısıyla uyumlu olması gerekmektedir. Dudakların köşeleri ile orantılı şekilde yapılacak dolgu doğru ve yüz güldüren sonuçlar verilmesini sağlayacaktır.(…) Tabiki ilk uygulama sonrasında dudaklar hacim kazanmış ve estetik bir görünüme sahip olmuş olacaktır.(…)”,*

- “Yüz Dolgusu” başlığı altında; *“Yüz dolgusu sonrası kısa sürede daha genç bir görünüm sağlanır. Yüze dolgu estetiği yüzdeki yorgun ifade giderilir.(…) Yüz Dolgusu Alanya yüzün alt kısımlarında sarkma ve kırışıklıkların giderilmesinde yüz dolgusu başarıyla kullanılabilir. Dolgu enjeksiyonu dudak bölgesinde dudağa daha dolgun ve genç görünüm sağlamak amacı ile uygulanmaktadır.(…)”,*

- “PRP” başlığı altında; *“(…)Böylece hedef dokunun onarımı hızla ve güçlü bir şekilde başlar ve daha çabuk sonuçlanır.(…) Böylece hedef dokunun onarımı hızla ve güçlü bir şekilde başlar ve daha çabuk sonuçlanır……(…)Gözaltı morluklarında ve leke tedavisinde iyi sonuçlar alınabilir....(…)”,*

-“Prp Nedir” başlığı altında; *“ (…)Böylece hedef dokunun onarımı hızla ve güçlü bir şekilde başlar ve daha çabuk sonuçlanır.(…)”,*

- “Prp Tedavisi” başlığı altında ; *“(…)Böylece hedef dokunun onarımı hızla ve güçlü bir şekilde başlar ve daha çabuk sonuçlanır.(…)Saç dökülmesinde tek başına kullanmak veya diğer tedavi seçeneklerinin etkisini güçlendirmek gibi amaçlarla ve yukarıda belirtilen alanlar dışında pek çok alanda başarıyla uygulanmaktadır.”,*

- “Prp Tedavisi Nasıl Uygulanır” başlığı altında; *“(…)deriyi gençleştirici etkisi uygulamanın hemen sonrasında parlak ve canlı bir görünümle belirgin hale gelir.”,*

- “Kulak Kepçesi Estetiği” başlığı altında; *“Kulak Kepçesi Estetiği Alanya girişimleri en sık kepçe kulak durumunu düzeltmek amacıyla yapılır.(…)ve hasta hemen evine dönebilir.(…)”,*

- “Horlama” başlığı altında; *“(…)Nefessiz kalma hareketli dokuların sabitleştirilmesi ve hava yolunun daha genişletilmesini sağlayan horlama ameliyatlarından başarılı sonuçlar elde edilmektedir.(…)Horlama komik değildir, umutsuz hiç değildir”,*

“Botoks Merkezi” başlığı altında; *“(…)İşlem basittir ve ofis ortamında uygulanabilir. Anestezi gerektirmez botoks uygulaması acısızdır ve(…)Alanya Botoks Merkezi olarak uygulama için 10\_15 dakikalık bir seans yeterlidir.(…)”,*

- “Botoks Nasıl Etki Eder” başlığı altında; *“ (…)Botox uygulaması güvenilir ve kolay bir yöntemdir.(…)”,*

- “Kaş Kaldırma Botoksu” başlığı altında; *“(…)Botoks uygulaması güvenilir ve kolay bir yöntemdir. Göz çevresi ve medikala estetik denilince kaş kaldırma için botox mutlaka akla gelir.(…) Kaşların şekillendirilmesinde botulinum toksin ile kuyruk kısmının kaldırılması, yüksek olan orta kısmının indirilmesi ve kaş şeklinde daha çekici gözüken bir yapı elde edilmesi mümkün.(…)”,*

- “Göz Çevresi Kırışıklıkları İçin Botoks” başlığı altında; *“(…)göz kenarındaki kırışıklıkların (kazayağı kırışıklıkları) yok edilmesinde etkilidir diğer bölgelerle birlikte rahatlıkla uygulanabilir.(…)”,*

- “Kaş Arası Botoksu” başlığı altında; *“(…)kaş arası ve göz kenarları botoks tedavisine son derece iyi cevap vermektedir.(…)”,*

- “Botox İle Kırışık Tedavisi” başlığı altında; *“Botox ile Kırışıklık Tedavisi İdeal bir kozmetik işlemin amacı mükemmel bir sonuca ulaşmak ve hastada en az yan etki oluşturmak olmalıdır. Ayrıca istenmeyen bir etki gelişebilme olasılığına karşı, elde edilen sonuç geri dönüşümlü olmalıdır. Botox yukarıda ki kriterlere göre oldukça ideal olan bir kozmetik işlemdir.(…)”,*

- “Botoks Polikliniği” başlığı altında; *“(…)Toksin çok düşük miktarlarda enjekte edildiği için, tedavi güvenli, yan etkiler minimaldir.(…) Botox uygulaması basit bir işlem olduğundan rahatlıkla doktor muayenesinde yapılabilir, böylece hastaların zaman kaybetmesi engellenir.(…) diğer kozmetik yöntemlerle elde edilemeyecek başarılara ulaşılır.”,*

-“Botox Kullanım Alanları” başlığı altında; *“Botoxun kullanım alanları alın ve göz kenarındaki çizgileri giderebilen en iyi yöntemlerden biridir.(…)dolgu ile çene belirginleştirme, sarkmanın ve yaşlı görüntünün tedavisinin çok daha iyi bir alternatifi olacaktır.(…)Ağrısız ve 15 dakikalık bu yöntemle 4-6 aya kadar etkin sonuç elde edilir.”,*

- “Boyun ve Dekolte Botoksu” başlığı altında; *“(…)Neyse ki artık, cerrahi olmayan yöntemlerle boyun ve dekolte bölgesinin görünümünü yenilemek ve gençleştirmek mümkün.(…)Botox; geçici olarak bu kasılmaya neden olan kasları güçsüzleştirerek çok daha genç görünümlü bir boyun görünümü sağlayabilir.(…) Çene belirginleştirilerek boyun uzun ve zarif bir görüntü kazanır. Botoks ile çene hattını belirgin hale getirmek daha genç ve uzun görünen bir boyna sahip olmak mümkündür ancak eğer çene bölgesindeki sarkma belirgin hale gelmişse ve küçük bir çeneye sahipseniz, dolgu ile çene belirginleştirme, sarkmanın ve yaşlı görüntünün tedavisinin çok daha iyi bir alternatifi olacaktır. Ağrısız ve 15 dakikalık bu yöntemle 4-6 aya kadar etkin sonuç elde edilir.”,*

- “Alın Kırışıklıkları Botoksu” başlığı altında; *“Alın Kırışıklıkları Botoksu Alın bölgesindeki kırışıklık tedavisinde en etkili yöntem botox ( botoks) uygulamalarıdır. Ufak kaslarının hareketine bağlı olarak ortaya çıkan alın bölgesindeki kırışıklar botoks tedavisine son derece iyi cevap vermektedir. Botoks alın kırışıklarını giderebilen en iyi yöntemlerden birisidir.(…) Alın çizgileri azaltmakta kullanılır botoks kolay ve güvenilir bir yöntemdir.(…)”,*

- “Dudak Botoksu” başlığı altında; *“Alanya Dudak Botoksu Dudak üstünde kırışıklıklar, özellikle sigara içme, mimik hareketi yapmaya bağlı olarak derin kırışıklıklar, çizgilenmeler şeklinde ortaya çıkar bu bölgede en etkili yöntemlerden botox ( botoks), uygulamasıdır.(…)”,*

- “Boyun Kırışıklığı Botoksu” başlığı altında; *“(…)Botox; geçici olarak bu kasılmaya neden olan kasları güçsüzleştirerek çok daha genç görünümlü bir boyun görünümü sağlayabilir.(…) Botox ile çene hattını belirgin hale getirmek daha genç ve uzun görünen bir boyna sahip olmak mümkündür ancak eğer çene bölgesindeki sarkma belirgin hale gelmişse ve küçük bir çeneye sahipseniz, dolgu ile çene belirginleştirme, sarkmanın ve yaşlı görüntünün tedavisinin çok daha iyi bir alternatifi olacaktır. Ağrısız ve 15 dakikalık bu*

*yöntemle 4-6 aya kadar etkin sonuç elde edilir.”,*

- “Botox Etki Süresi” başlığı altında; *“Botox Etki Süresi; estetik uygulamalarından botoks yaşla birlikte belirginleşen mimik çizgilerini hafifletmek ya da ortadan kaldırmak amacıyla kullanılan, kolay ve güvenilir bir yöntemdir.(…) Hamileler ve bazı nörolojik hastalıkları bulunanlar dışında Botox pek çok bireyde güvenle kullanılabilir.(…)”,*

- “Koltuk Altı Botox” başlığı altında; *“(…)Koltuk altının fazla terlemesi ile hayatını sadece siyah beyaz kıyafetlerle sınırlandıranlara en büyük yardımı botox sağlıyor.(…)Ortalama 15 – 20 dakikada kolayca uygulanır.(…)”,*

- “Botoksla Terleme Tedavisi” başlığı altında; *“(…)Hiperhidroz tedavisinde en etkili yöntem botox uygulamasıdır.(…)Botox uygulaması oldukça pratiktir.(…)İşlem son derece basittir ve (…)”,*

- “Burun Ucu Kaldırma Botox” başlığı altında; *“(…)Bu iki kasın etkisiyle burun ucu sarkıklığı şikayeti olan kişilerde botoks enjeksiyonları son derece etkili sonuçlar verir.(…) Hastalar tarafından tolere edilmesi, cerrahi yönteme göre çok daha kolay olan bu yöntemin(…)Eğer uygulama öncesi ve sonrası fotoğraflara bakılırsa, kaşların önemli ölçüde kaldırıldığını ve bu durumda yüzün daha anlamlı ve çekici olduğunu göreceksiniz. Ayrıca gözlerin de çok daha büyük ve güzel göründüğü de hemen fark edilecektir. Basit bir uygulamayla daha parlak, çekici ve etkileyici gözlere dolayısıyla da kadınsı bir güzelliğe sahip olmak mümkün.(…)”* gibi ifadeler ile,

- “Yüz Germe, Göz Kapağı Estetiği, Yüz Dolgusu, prp, Prp Nedir, Prp Tedavisi, Prp Uygulama Alanları, Prp Tedavisi Nasıl Uygulanır, Botoks Merkezi, Botoks Nasıl Etki Eder, Göz Çevresi Kırışıklıkları İçin Botoks, Kaş Arası Botoksu, Botox İle Kırışıklık Tedavisi, Botox Kullanım Alanları, Alın Kırışıklıkları Botoksu, Dudak Botoksu, Burun Ucu Kaldırma Botox.” başlıkları altında, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği;

www.alanyakbb.com adresli internet sitesinin 01.04.2016 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“deneyimli yüz cerrahisiyle daha genç olmak elinizde. Burun estetiği sihirli bir dokunuşla güzel bir burun. Alerji alerji kabusunuz olmasın.”,*

-“Burun Estetiği” başlığı altında; *“ Polikliniğimiz sizin için varız. Burun estetiği sihirli bir dokunuşla güzel bir burun.”* gibi ifadeler ile,

- Ana sayfa da ve “Burun Estetiği” başlığı altında, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği;

www.facebook.com adresli sosyal paylaşım sitesinin 01.04.2016 tarihli görünümünde şahsınıza ait sayfada yer alan paylaşımlarda; *“Bademcik ameliyatından sadece 3 saat sonra.* *Pınar Sema: Harikasınız. Muzaffer Unan: Mükemmel bir doktorsunuz hocam”* gibi ifadeler ile şahsınıza yönelik olarak teşekkür ve övgü ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

**21)**

**Dosya No: 2016/242**

**Şikayet Edilen: Ekol Baz Özel Sağlık Hizmetleri Ticaret A.Ş. (Özel Ekol Kulak Burun Boğaz Hastanesi)**

**Şikayet Edilen Reklam*:*** Hürriyet Gazetesi Ege ekinde yer alan *“****Estetik Plastik Cerrahi Kliniği Saç Ekim Ünitesi****”* başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda; *“Özel Ekol Kulak Burun Boğaz Hastanesi. Estetik Plastik Cerrahi Kliniği Saç Ekim Ünitesi. Fue ile saç sorunlarınızı kökünden çözüyoruz. Neşter kullanılmaz. Dikiş atılmaz. Yara izi kalmaz. Günlük yaşamı etkilemez. İzmir'de Mavişehir-Çiğli Kipa Kavşağında hizmetinizdeyiz. Otopark sorunumuz yoktur.”* gibi ifadelere yer verildiği; bubağlamda, inceleme konusu gazetede yer alan ifadelerin, tabip tarafındanuygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili; bilgilendirme kapsamını aşan ve *“reklam’’* niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanındaçalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikteolduğu ve kuruluşunuza yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yolaçtığı, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, tabi bulundukları mevzuat gereği, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilmeleri ve ilan verebilmeleri mümkün iken; bunun haricinde her ne surette olursa olsun reklam ve ilan vermelerinin çok açık ve kesin biçimde yasak olduğu hüküm altına alınmıştır.

İnceleme konusu reklamlarda; *“Özel Ekol Kulak Burun Boğaz Hastanesi. Estetik Plastik Cerrahi Kliniği Saç Ekim Ünitesi. Fue ile saç sorunlarınızı kökünden çözüyoruz. Neşter kullanılmaz. Dikiş atılmaz. Yara izi kalmaz. Günlük yaşamı etkilemez. İzmir'de Mavişehir-Çiğli Kipa Kavşağında hizmetinizdeyiz. Otopark sorunumuz yoktur.”* gibi ifadelere yer verildiği; bubağlamda, inceleme konusu gazetede yer alan ifadelerin, tabip tarafındanuygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili; bilgilendirme kapsamını aşan ve *“reklam’’* niteliğinde değerlendirildiği ve sağlık alanındaçalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı, talep yaratıcı nitelikteolduğu ve kuruluşunuza yönlendirme yaparak, diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yolaçtığı, bu durumların da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü ve 40 ıncı maddeleri,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Özel Hastaneler Yönetmeliği’nin 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 **Ekol Baz Özel Sağlık Hizmetleri Ticaret A.Ş. (Özel Ekol Kulak Burun Boğaz Hastanesi)** 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 cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2016/570**

**Şikayet Edilen:** **Atasun Optik Perakende ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“68 TL’ye 300 Çeşit… Atasun Optik”, “Çerçevesiyle, camıyla 68 Liraya, bu fiyata bu kaliteyi bulunca yedekledim.”, “Uzman Servis ve kişiye özel 3’lü hassas ölçüm”, “Sigorta reçetemle geldim, yok paraya gözlük aldım”*** sloganlı reklamlar ve [www.atasunoptik.com.tr](http://www.atasunoptik.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2013

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** - İnceleme konusu reklamların 2013 yılı içerisinde yayınlandığı,

* Söz konusu reklamlarda, *“68 TL’ye 300 Çeşit… Atasun Optik”, “Çerçevesiyle, camıyla 68 Liraya, bu fiyata bu kaliteyi bulunca yedekledim.”, “Uzman Servis ve kişiye özel 3’lü hassas ölçüm”, “Sigorta reçetemle geldim, yok paraya gözlük aldım.”* ifadelerinin kullanıldığı,
* Belirtilen reklamların yayınlandığı dönemde, optisyenlik müesseselerinin ve bu müesseselerde satışı yapılan ürünlerin reklam ve tanıtım faaliyetlerinin 5193 sayılı Optisyenlik Hakkında Kanunun ve 27/9/2004 tarih ve 25596 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan mülga Optisyenlik Müesseseleri Hakkında Yönetmeliğin yürürlükte olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ankara 10. İdare Mahkemesi’nin25/3/2016 tarih ve E.2016/479, K.2016/813 sayılı "işlemin iptali" kararı çerçevesinde, söz konusu reklamlar Reklam Kurulu'nun 10/5/2016 tarih ve 248 sayılı toplantısında yeniden gündeme alınmıştır.

Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda, konu hakkında Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu'ndan alınan görüşler de dikkate alınarak, anılan reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mevzuata herhangi bir aykırılık oluşturmadığına; dolayısıyla inceleme konusu reklamların mülga 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 16 ncı maddesine ve 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2015/1349**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Mustafa Hakan BUKAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2/3/2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.hakanbukan.com](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.hakanbukan.com) adresli internet sitesinin 2/3/2016 tarihli görünümlerinde;*" (...) Genel cerrahi uzmanlığının bana katmış olduğu geniş marj ile kişisel ilgi ve yeteneklerim doğrultusunda ayrıca muayenehane koşullarında uygulanma imkanı olan ve bedende her planda yaklaşıma imkan veren dolgu ve botoks uygulamaları da ciddi anlamda çalıştığım bir diğer alandır. (...)"* şeklindeki ifadelere ve hizmetler kısmında *“estetik meme cerrahisi”* alanına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun Ek 14 üncü maddesinde belirtildiği üzere; tıpta uzmanlık ana dalları ve eğitim süreleri Kanunun Ek-1 inci listesinde belirlenmekte olup, bu listeye göre “genel cerrahi” ve “plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi (PREC)” alanları ve bu alanlarda verilecek olan eğitim süreleri (5 yıl olmak üzere) ayrı ayrı düzenlenmektedir. PREC alanında faaliyet göstermek isteyen genel cerrahi uzmanları için ise bu sürenin ayrıca 3 yıl olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla, genel cerrahi alanında uzman hekim olan anılan şahsın “estetik meme cerrahisi” alanında faaliyet gösterdiğine ilişkin inceleme konusu [www.hakanbukan.com](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.hakanbukan.com) adresli internet sitesinin 2/3/2016 tarihli görünümlerinde yer alan tanıtımlarla, söz konusu şahsın aynı zamanda anılan tıbbi işlemlerle ilgili olarak PREC alanında da uzmanmış gibi gösterildiği, dolayısıyla söz konusu tanıtımlarla tüketicilerin yanıltıldığı,

Diğer taraftan; söz konusu internet sitesinde yer alan;  *" (...) Genel cerrahi uzmanlığının bana katmış olduğu geniş marj ile kişisel ilgi ve yeteneklerim doğrultusunda ayrıca muayenehane koşullarında uygulanma imkanı olan ve bedende her planda yaklaşıma imkan veren dolgu ve botoks uygulamaları da ciddi anlamda çalıştığım bir diğer alandır. (...)"* şeklindeki ifadelerin anılan şahsın çalışmalarına ticari bir görünüm verdiği, mezkur şahıs lehine talep yaratmaya yönelik olduğu ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelik taşıdığı; tüm bu durumların da;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun 24 üncü ve Ek 14 üncü maddeleri,

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğinin 29 ve 31 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 Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**24)**

**Dosya No: 2015/1350**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Yılmaz UNUTMAZ (Aesthetic Lounge)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.aestheticlounge.com.tr](http://www.aestheticlounge.com.tr) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin ***“Aesthetic Lounge”*** isimli kliniğe ait sayfasında yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 9/3/2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kliniğe ait [www.aestheticlounge.com.tr](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.aestheticlounge.com.tr) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.facebook.com) adresli internet sitesinin mezkur kliniğe ait sayfasının 9/3/2016 tarihli görünümlerinde;  *"(...) Neden Biz? - Kliniğimize gelen misafirlerimiz, personelimizle tanıştıktan kısa bir süre sonra, doğru yerde olduğunu ve kendisini emin ellere teslim ettiğini hissedecektir. Talep edilen işleme bağlı olarak en modern tıbbi cihazlar eşliğinde, tecrübeli ve profesyonel ekibimiz, istenilen operasyonu büyük bir hassasiyet ve başarıyla uygulayacaktır. (...) Op. Dr. Yılmaz Unutmaz’ın uzun süredir üzerinde çalıştığı “Ultra Preventive Tıp” amacı itibariyle kişinin sağlığını kaybetmeden, hastalıklara yakalanmadan, doğru beslenme ve yaşam tarzını benimseyerek yaşamasını kolaylaştırmaktır. (...) Op. Dr. Yılmaz Unutmaz, kişisel merakı ve farklı bakış açısı ile dünyada bu alanda yaşanan son gelişmeleri yıllardır takip etmektedir. Tecrübesine ve bilgi birikimine dayanarak; pek çok kişinin doğru beslenmeyle, diyabet ilaçlarına ve tansiyon haplarına ihtiyaç duymadan sağlığına kavuşabileceğini söylüyor. (...) “Hayat ve yaşam coşkunuzu arttırmak, estetikle yenilenmek, tazelenmektir..”Op. Dr. Yılmaz Unutmaz (...) “Amacımız, kişinin görüntüsünün ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesidir. Op. Dr. Yılmaz Unutmaz” (...)"* şeklinde ifadeler ve kliniğe ait görseller ile hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kliniğe ait [www.aestheticlounge.com.tr](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.aestheticlounge.com.tr) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com](file:///C:\Users\barış\Downloads\www.facebook.com) adresli internet sitesinin mezkur kliniğe ait sayfasının 9/3/2016 tarihli görünümlerinde yer alan; *"(...) Neden Biz? - Kliniğimize gelen misafirlerimiz, personelimizle tanıştıktan kısa bir süre sonra, doğru yerde olduğunu ve kendisini emin ellere teslim ettiğini hissedecektir. Talep edilen işleme bağlı olarak en modern tıbbi cihazlar eşliğinde, tecrübeli ve profesyonel ekibimiz, istenilen operasyonu büyük bir hassasiyet ve başarıyla uygulayacaktır. (...) Op. Dr. Yılmaz Unutmaz’ın uzun süredir üzerinde çalıştığı “Ultra Preventive Tıp” amacı itibariyle kişinin sağlığını kaybetmeden, hastalıklara yakalanmadan, doğru beslenme ve yaşam tarzını benimseyerek yaşamasını kolaylaştırmaktır. (...) Op. Dr. Yılmaz Unutmaz, kişisel merakı ve farklı bakış açısı ile dünyada bu alanda yaşanan son gelişmeleri yıllardır takip etmektedir. Tecrübesine ve bilgi birikimine dayanarak; pek çok kişinin doğru beslenmeyle, diyabet ilaçlarına ve tansiyon haplarına ihtiyaç duymadan sağlığına kavuşabileceğini söylüyor. (...) “Hayat ve yaşam coşkunuzu arttırmak, estetikle yenilenmek, tazelenmektir..”Op. Dr. Yılmaz Unutmaz (...) “Amacımız, kişinin görüntüsünün ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesidir. Op. Dr. Yılmaz Unutmaz” (...)"* şeklindeki ifadelerin ve kliniğe ait görsellerin anılan şahsın ve kliniğin çalışmalarına ticari bir görünüm verdiği, söz konusu şahıs ve klinik lehine talep yaratmaya yönelik olduğu ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelik taşıdığı, ayrıca, hastaların öncesi ve sonrası fotoğraflarına yer verildiği; tüm bu durumların da;

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Dr. Yılmaz UNUTMAZ (Aesthetic Lounge)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2015/630**

**Şikayet Edilen:** **Elos Lazer Güzellik ve Sağlık Hizmet. San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.eloslazer.com.tr](http://www.eloslazer.com.tr), <https://twitter.com/eloslazer> ve <https://twitter.com/eloslazer> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşunuzun [www.eloslazer.com.tr](http://www.eloslazer.com.tr) adresli internet sitesinin 07.03.2016 tarihli görünümünde;Kuruluşun isminin “Elos Lazer” olarak belirtildiği, bu suretle kuruluşunuzun hangi alanda faaliyet gösterdiği (güzellik salonu, poliklinik, vs. kuruluşunuzun türü) konusunda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, “Hakkımızda” başlığı altında; “*… 8 yıldır güzellik ve estetik alanındaki yenilikleri ve gelişmeleri yakından takip etmeyi ilke haline getirdik. Bu ilkemiz doğrultusunda Ankara’da birçok ilke imza attık. Sektörümüzü ilgilendiren ve dünyada yeni piyasa sürülmüş cihazları Ankara’da ilk kez hizmete süren klinik olarak tanındık. Bu uygulamalardan örnekler vermek gerekirse Ankara’da ki ilk Radyo Frekans ile Vela Shape uygulaması, ilk Kavitasyon cihazı, ilk Sunetics Saç Lazeri, ilk Fraksiyonel Lazer uygulaması, ilk Fibroblast uygulaması gibi örnekler verilebilir… Bugüne kadar bizden hizmet alan binlerce kişiyi memnun etmeye çalıştığımız gibi, bundan sonrada kliniğimizi ziyaret eden herkese fayda sağlayacağına inandığımız doğru işlemleri yapmaya gayret göstereceğimizi bilginize sunmak isteriz.”,*<https://twitter.com/eloslazer> adresli internet sitesinin 07.03.2016 tarihli görünümünde; *“Yılları durduramazsınız fakat güzel yaşlanmak sizin elinizde…Sağlıklı ve pürüzsüz güzellik…”,*07.03.2016 tarihli paylaşımda; *“Selülit tedavisinde gelişen teknoloji sayesinde selülit kabusundan kurtulmak Artık Çok Kolay…Cildinizde gözle görünür bir fark yaratmak, mükemmel ve pürüzsüz bir tene sahip olmak istiyorsanız. 0312 430 00 34 http://eloslazer.com.tr...”,*05.03.2016 tarihli paylaşımda; *“Dünya Kadınlar Gününe özel, herhangi bir uygulama yaptıran KADIN MÜŞTERİLERİMİZE KOL ALTI LAZER EPİLASYON HEDİYE!”*04.03.2016 tarihli paylaşımda; *“Etekler dolaplardan çıktı. Yani güzel ve bakımlı görünmek için şimdi lazer epilasyonun tam zamanı! 0312 434 44 54…İstenmeyen tüyler ile yaz gelmeden VEDALAŞIN..! Etek giyebilme mevsimi başladı…”,*04.03.2016 tarihli paylaşımda; *“Lekelerle Vedalaşın... Ayrıntılı bilgi için : 0312 430 00 34 #lazer #epilasyon #ankara”*13.01.2016 tarihli paylaşımda; *“Tek seansta lazerle ben, çil ve lekelerinizden kurtulabilirsiniz…Lazerle ben, çil ve leke silme…Bilgi için; 0312 430 00 34 http://www.eloslazer.com.tr “,*27.10.2015 tarihli paylaşımda; *“Lazer Epilasyon yaptırmanın tam zamanı! Fırsattan yararlanmak için bizimle iletişime geçin. Tel: ''0312 430 00 34'' Kol ALTI + Genital 200 tl yerine 90 tl…”,*14.09.2015 tarihli paylaşımda; *“Kimyasal peeling, dermabrazyon, cerrahi eksizyon ve fraksiyonel lazerle Elos Lazer'de yara izlerinizden kurtulun.”,*11.09.2015 tarihli paylaşımda; “*Hamilelik sürecinde oluşan çatlaklarınızdan kurtulmak Elos Lazer'de artık çok kolay. Detaylı bilgi için : 430 0 034…”,*27.07.2015 tarihli paylaşımda; “*Yaş ilerledikçe ciltte oluşacak olan sarkmaları, kırışıklıkları, ve lekelenmeleri Elos Lazer ile durdurun…”,*20.07.2015 tarihli paylaşımda; “*Lazer Epilasyon ile istenmeyen tüylere siz de son vermek istiyorsanız bizi arayın. İletişim için; '430 00 34'* [*#laser*](https://twitter.com/hashtag/laser?src=hash)*…”,*[*https://tr-tr.facebook.com/ElosLazer*](https://tr-tr.facebook.com/ElosLazer)adresli internet sitesinin 07.03.2016 tarihli görünümünde; *“Yılları durduramazsınız fakat güzel yaşlanmak sizin elinizde…Sağlıklı ve pürüzsüz güzellik…”,*07.03.2016 tarihli paylaşımda; “*Yaz Gelmeden Kusursuz Güzelleşmenin Zamanı!   
Lazer Epilasyon ile istenmeyen tüylerden kalıcı bir şekilde kurtulup, sağlıklı ve parlak bir cilde sahip olmak için (0312) 434 44 54…”,*06.03.2016 tarihli paylaşımda; *“Çatlaklara Son…Deri çatlakları, genelde sık sık kilo alıp verme dönemleri ve hamilelik sırasında ortaya çıkar. Çatlakların görünümünü düzeltebilecek en etkin yöntem Karbondioksit (CO2) Fraksiyonel Lazerdir.0312 430 00 34 eloslazer.com.tr…Selülitlerle Vedalaşın…Selülit tedavisinde gelişen teknoloji sayesinde selülit kabusundan kurtulmak Artık Çok Kolay…Cildinizde gözle görünür bir fark yaratmak, mükemmel ve pürüzsüz bir tene sahip olmak istiyorsanız. 0312 430 00 34…eloslazer.com.tr…”,*05.03.2016 tarihli paylaşımda; *“Güzelliğiniz Daim Olsun…8 Mart Dünya Kadınlar Günü”ne özel, kliniğimizde herhangi bir uygulama yaptıran KADIN MÜŞTERİLERİMİZE KOL ALTI LAZER EPİLASYON UYGULAMAMIZ HEDİYE!(Kampanyamız 08 - 15 Mart 2016 tarihleri arası geçerli olacaktır)…”,*25.09.2015 tarihli paylaşımda; *“Uygun cihazlarla ve uzmanlar tarafından uygulanan lazer ışını, vücutta istenmeyen tüylerden kurtulmanın en etkili yoludur. Siz de Elos Lazer'de istenmeyen tüylerinizden kurtulabilirsiniz…”*20.07.2015 tarihli paylaşımda; *“Lazer Epilasyon ile istenmeyen tüylere siz de son vermek istiyorsanız bizi arayın. İletişim için; '430 00 34'…”* gibi ifadelere 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,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2015/876**

**Şikayet Edilen:** **ATT Maya Sağlık Ve Estetik Hiz. Medi. Tic. Ltd. Şti. (Özel Mayasante Polikliniği)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://www.facebook.com/%C3%96zel-Mayasante-Poliklinigi> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://www.facebook.com/%C3%96zel-Mayasante-Poliklinigi> adresli internet sitesinin 25.02.2016 tarihli görünümünde;17.02.2016 tarihli paylaşımda; *“Dudak Dolgusu…Daha kalın ve estetik dudaklara sahip olmak mümkün…Özel Mayasante Polikliniği…Detaylı Bilgi İçin 444 5 707…”,*03.02.2016 tarihli paylaşımda; *“Koltuk altı botoksu…Aşırı terlemenin sosyal hayatınızdaki olumsuz etkilerinden kurtulun…Özel Mayasante Polikliniği…Detaylı Bilgi İçin 444 5 707…”,*29.01.2016 tarihli paylaşımda; *“İstenmeyen izleri siliyoruz…Siyah beyaz dövmelerde olduğu kadar renkliler üzerinde de etkiliyiz… Özel Mayasante Polikliniği…Detaylı Bilgi İçin 444 5 707…”,*28.01.2016 tarihli paylaşımda;*“Botoks Cilt Dolgusu…Daha genç görünmenizi sağlayabiliriz.Daha iyi hissetmek için farklı yollar deneyin…Özel Mayasante Polikliniği…Detaylı Bilgi İçin 444 5 707…”,*08.12.2015 tarihli paylaşımda; *“Özel Mayasante Polikliniği…BOTOX ile ÇOK DAHA GENÇ GÖRÜNÜM…”,*04.11.2015 tarihli paylaşımda; *“Lazer Epilasyon yaptırmanın tam zamanı...Önce Epilasyon, Sonra Tatil...KAMPANYALARIMIZ İÇİN MAYASANTEYE BEKLİYORUZ...”,*26.12.2014 tarihli paylaşımda; *“Lazer epilasyon denince akla MAYASANTE gelir!”,*24.12.2014 tarihli paylaşımda; *“Dolgu & Botoks denince akla MAYASANTE gelir!”* gibi ifadelere 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,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **ATT Maya Sağlık Ve Estetik Hiz. Medi. Tic. Ltd. Şti. (Özel Mayasante Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2016/493**

**Şikayet Edilen:** **Elos Lazer Güzellik ve Sağlık Hizmet. San. Tic. Ltd. Şti. (Elos Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu [www.elosguzellik.com.tr](http://www.elosguzellik.com.tr) adresli internet sitesinin 24.03.2016 tarihli görünümünde; Kuruluşun “**Elos Güzellik”** olarak isimlendirildiği, oysa “güzellik salonu” olarak açılan işyerlerinin, ilgili mevzuat gereği “güzellik salonu” ismini açıkça kullanması gerektiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımlarda kuruluşunuzun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve eksik bilgilendirildiği; Sunulan hizmetler arasında; *“Epilasyon, Kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin geçici 5 inci maddesinin 2 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, 7/6, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elos Lazer Güzellik ve Sağlık Hizmet. San. Tic. Ltd. Şti. (Elos Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2015/1616**

**Şikayet Edilen:** **Sinem PAKER**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanunun Ek 13 (ç) maddesinde yer alan; “*Diyetisyen; beslenme ve diyetetik alanında lisans eğitimi veren fakülte veya yüksekokullardan mezun; sağlıklı bireyler için sağlıklı beslenme programları belirleyen, hastalar için tabibin yönlendirmesi üzerine gerekli beslenme programlarını düzenleyen, toplu beslenme yerlerinde beslenme programları hazırlayan ve besin güvenliğini sağlayan sağlık meslek mensubudur*” tanımından da anlaşıldığı üzere tedavi nitelikli beslenme danışmanlığı hizmeti verilmesinin ancak tabip yönlendirmesi ile mümkün olduğu, bununla beraber şahsınızın diyetisyenlik mesleğini icra eden bir sağlık meslek mensubu olduğunun anlaşıldığı,

Bu bağlamda, Google Adwords sistemi vasıtasıyla **www.google.com** adresli internet sitesinin 11.09.2015 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda; **sinempaker.com** adresli internet sitesine ilişkin olarak *“****Sağlıklı Bir Yaşam İçin****… Alsancak Plevne Bulv. Alaca Apt. No:12 D:10, Konak/İZMİR”* ifadelerine yer verildiği ve anılan ifadelerin sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı nitelikte olduğu,

**sinempaker.com** adresli internet sitesinde yer alan; “*bazal metabolizma hızı: kilo verme hızınıza hız katmak için İzmir’de İLK ve TEK Fi-mate ile nefesten bazal metabolizma hız ölçümü Sinem Paker Beslenme Koçluğu ve Danışmanlığında!”* şeklindeki ifadelerin talep yaratıcı nitelikte olduğu, ayrıca tarafınızca verilen hizmetlerin, ancak bir hekimin yönlendirmesiyle yapılabilecek hizmetler olması sebebiyle bahsi geçen hastalıkların şahıs tarafından tedavi edildiği izlenimi verildiği, dolayısıyla anılan işlemlere ve şahsa yönelik yapılan söz konusu tanıtım ve reklamların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu 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.

**29)**

**Dosya No: 2015/1618**

**Şikayet Edilen:** **Koca-Tek Dental A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:*****"Sağlıklı Beyaz Dişler Sağlıkla Gülen Yüzler"***başlıklı reklam ile [www.adanabeyazdis.com](http://www.adanabeyazdis.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Broşür

**Tespitler:** Kuruluşunuza aitbroşürlerde; “*Sağlıklı beyaz dişler, sağlıkla gülen yüzler. Bizim tutkumuz, hastalarımızın ağız ve diş sağlığını sağlamak ve korumaktır. Bu tutkumuzu hayata geçirirken alanında uzman diş hekimleriyle beraber çalışır, en ileri teknolojiyi kullanır ve hasta memnuniyetini esas alarak hizmet veririz. Çünkü, hastalarımızın yüzündeki gülümseme gururumuzdur*.” şeklinde ifadelerle ve

Söz konusu broşürlerde “Biz Kimiz” başlığı altında; “*Özel Beyaz Diş Ağız Sağlığı Polikliniği 1985 yılından bu yana Adana ve çevre illerinde hizmet vermektedir.*

*Bünyesinde Oral Diagoz, Ortodonti, Pedodonti, Endodonti, Protez, İmplant, Diş Beyazlatma (Bleaching), Hipnoz, Botox, PRF ve Estetik Diş Hekimliği’ni bulunduran merkezimiz uzman doktor kadrosu, deneyimli personeli ile güler yüzlü hizmet anlayışını benimseyip, hasta memnuniyetini amaç edinmektedir.*

*Polikliniğimiz sektöründeki teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, hastalarına kaliteli, koruyucu, hijyenik ve tedavi edici diş hekimliği hizmetini sunmaktadır.”* şeklinde muayenehanenizi övücü nitelikte ifadelere yer verildiği, ayrıca söz konusu broşürlerde uzman doktor olarak tanıtılan diş hekimlerinizin aslında uzman doktor olmadığı,

Kuruluşunuza ait **www.adanabeyazdis.com** adresli internet sitesinin **21.03.2016** tarihli görünümünde “Hakkımızda” başlığı altında; “*Yeni yerimiz 2013 yılında Diş Hekimliliği serüvenim Atatürk Caddesinde Beyaz Diş II olarak devam ederken gözlemlerim sonucunda zeminde de bir poliklinik ihtiyacı olduğunu gördüm ve bu işe soyundum.*

*Adanamıza güzel bir eser kattığımızı düşünüyorum. Bu çalışmalarımızla Adanamızın diş sorununu çözmeye, yüksek standartta hizmet vermeye talip olduğumuzu da belirtmek isterim.*

*Öbür yandan hedefimiz insanların ağız ve diş  tedavisini en iyi şekilde sağlarken  estetiğimizle de sosyal statülerini geliştirip yaşam kalitelerini arttırmaktır.*

*Bu işlerin iyi ve deneyimli bir ekiple olacağını biliyorum. Onun için ben İbrahim KOCACIK arkadaşlarım İsa TEKGÜL, Mehmet ŞAHAN, Mehmet TUZLALI, Yücel ÇULHA, Berzan ÖZPOLAT olarak taşın altına elimizi koyduk ve yola koyulduk.”* şeklinde kuruluşunuzu övücü nitelikte ifadelere yer verildiği;

Kuruluşunuza ait **www.adanabeyazdis.com** adresli internet sitesinin “İmplant” başlığı altında ve **tr-tr.facebook.com/Özel-Beyaz-Ağiz-Ve-Diş-Sağlığı-116553835121074/** adresli sosyal paylaşım sitesinde hasta öncesi-sonrası görüntülerine yer verildiği;

**tr-tr.facebook.com/Özel-Beyaz-Ağiz-Ve-Diş-Sağlığı-116553835121074/** adresli sosyal paylaşım sitesinin **21.03.2016** tarihli görünümünde yer alan; “*protezde dijital çağ cerec 3D teknolojisi tek seansta yepyeni dişlere kavuşturuyor.”* şeklinde ifadelerle muayenehanenizde kullanılan bu tekniğin ön plana çıkarılması suretiyle kuruluşunuzun diğer sağlık kuruluşlarından üstün olduğu yönünde izlenim oluşturulduğu,

Tüm bu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu, bu tanıtımların talep yaratıcı ve kuruluşunuza yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, tabi bulundukları mevzuat gereği, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilmeleri ve ilan verebilmeleri mümkün iken; bunun haricinde her ne surette olursa olsun reklam ve ilan vermelerinin çok açık ve kesin biçimde yasak olduğu hüküm altına alınmıştır.

Bu bağlamda; inceleme konusu paylaşımlarda yer alan ifadelerin talep yaratıcı bu tanıtımların tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili olduğu, bu tanıtımların talep yaratıcı ve kuruluşunuza yönlendirme yapan nitelikte olduğu ve sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumların da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü ve 40 ıncı maddeleri,

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**30)**

**Dosya No: 2016/79**

|  |
| --- |
| **Şikayet Edilen: Elmas Güzellik Salonu** |
| **Şikayet Edilen Reklam:** [www.elmasguzellik.com](http://www.elmasguzellik.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar |

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 16.02.2016 tarihli görünümünde;

Kuruluşunuzda kullanılan cihazlar için *" tamamı FDA/CE onaylı, başarılı klinik çalışmalar ile kanıtlanmış cihazlar, en son teknoloji zayıflama uygulaması, alanında başarılı son teknolojik cihaz, FDA onaylı ve cerrahi olmayan tek teknoloji, dünyada FDA onayı alan ilk antiaging teknolojisi, CE belgesine sahiptir"* gibi nitelendirmelerin yapıldığı; ancak,tanıtımlarda yer verilen ifadelerin ispata muhtaç olduğu,

Ana sayfada ve "İletişim" başlığı altında; kuruluşunuzun isminin "Elmas Güzellik" olarak nitelendirilerek kuruluşunuzun faaliyet türünün açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinin 16.02.2016 tarihli görünümünde;

Kuruluşunuzda kullanılan cihazlar için *" tamamı FDA/CE onaylı, başarılı klinik çalışmalar ile kanıtlanmış cihazlar, en son teknoloji zayıflama uygulaması, alanında başarılı son teknolojik cihaz, FDA onaylı ve cerrahi olmayan tek teknoloji, dünyada FDA onayı alan ilk antiaging teknolojisi, CE belgesine sahiptir"* gibi nitelendirmelerin yapıldığı; ancak,tanıtımlarda yer verilen ifadelerin ispata muhtaç olduğu,

Ana sayfada ve "İletişim" başlığı altında; kuruluşunuzun isminin "Elmas Güzellik" olarak nitelendirilerek kuruluşunuzun faaliyet türünün açıkça belirtilmediği tespit edilmiştir.

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşunuza yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumları da;

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- 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, 28 ve 32 nci maddeleri ile “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlıklı Yönetmelik ekinin 8 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**31)**

**Dosya No: 2016/292**

**Şikayet Edilen: Özel Estetikmed Sağlık Hizmetleri Tekstil İnşaat Sanayi Tic. Ltd. Şti.** **(Özel Estetikmed Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2016,15.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşunuza ait **www.estetikmed.com** adresli internet sitesinin **15.03.2016** tarihli görünümünde; “Hakkımızda” başlığı altında; “*Estetik, dış görünüşe ve sağlığına önem veren kişilerin en sık başvurduğu mecralardan biridir. Siz de eğer sağlığına ve dış görünümüne önem verenlerdenseniz doğru yerdesiniz. Güzellik, Estetik ve Sağlık konusunda 15 yıllık uzmanlığı bulunan kadromuzla Estetik Saç Ekimi, Plastik Cerrahi, Diş Estetiği, ağız ve Diş Sağlığı, Bölgesel Zayıflama, Cilt Bakımı, Vücut Bakımı, Diyetisyen kontrolünde Akupunktur ile Zayıflama, Sigarayı bırakma gibi uygulamalarla müşteri memnuniyetini ön planda tutarak hizmet vermekteyiz. Estetikmed Saç Ekimi ve Plastik Cerrahi Merkezi olarak hedeflerimizin arasında, hastaların endişelerinin gidererek arzularının yerine getirilmesidir.*

*Estetikmed Saç Ekimi ve Plastik Cerrahi merkezinde güzellik ve sağlık adına; Günümüzde ilerleyen teknolojiler sayesinde kişilerin yaşam kalitesini arttırmak estetik, sağlık ve güzellik sorunlarınızda çözmektedir. Mesela; yüzünüzdeki akne, gençlikten kalma lekeler, doğum lekeleri ve sizi rahatsız eden her tür cilt ve sağlık probleminizi özel tekniklerle ortadan kaldırıyoruz. Cildinizin sürekli bakımlı ve güzel görünmesi için gerekli işlemler uzmanlarımız tarafından yapıldıktan sonra size sadece yenilenmiş cildinizin keyfini sürmek kalıyor. Biz size kalıcı bir güzellik ve bakımlı bir hayat sunuyoruz.*

*Estetikmed Saç Ekimi ve Plastik Cerrahi Merkezimizde sağlıklı güzelleşmek, konfor ve güler yüzlü kadromuzla çok daha keyifli. Estetikmed güzellik, estetik, sağlık ve cilt bakımı konusunda en kapsamlı bilgi ve uygulamaları bulabileceğiniz aklınıza gelen her soru ve sorunuzu paylaşabileceğiniz, hijyen kurallarının istisnasız olarak uygulandığı bir güzellik merkezidir.*

*Estetikmed Saç Ekimi ve Plastik Cerrahi Merkezimizde kendinizi olabildiğince özel hissettiğiniz, tanıdık ve güler yüzlerle karşılandığınız, sizlerin isteklerini anlayan ve istekleriniz doğrultusunda size özel hizmet veren ve itinalı çalışan merkezdir. Sizler için düşünülen ve tasarlanan hizmet anlayışımız, yaşam kalitenizi ve sevincinizi yükseltecek ve üstelik hizmetlerinizi alırken büyük bütçeler ayırmanıza gerek kalmayacaktır. Cilt bakımı, kavitasyon, zayıflama, estetik, detoks ve diyetisyen, ağız ve diş sağlığı alanında geniş bir yelpaze sunarak güzelleşmeniz adına sizleri merkezlerimize davet ediyoruz. Fiyatlarımıza da her şey dahildir. Seans ve bakım fiyatlarımızı öğrenmek için merkezimize danışabilirsiniz. Estetikmed tüm branşlarda danışmanlık hizmeti vermektedir.”* şeklinde, kuruluşunuz bünyesinde çalışan doktorları ve muayenehanenizi övücü nitelikte ifadelere yer verildiği,

Kuruluşunuza ait **www.estetikmed.com** adresli internet sitesinin **08.02.2016** tarihli görünümünde; “*saçtır dökülür, çözüm: Estetikmed. Kellik artık sorun olmaktan çıkıyor. Son saç ekimi yöntemi olan FUE (Follicular Unit Extraction) hem saçı alırken hem de saçı ekerken doğal sonuçlar doğuran saç ekim tekniğidir.*

*Kampanyalar; Estetikmed siz değerli müşterilerine en iyi kalitede en iyi hizmet sunabilmek adına birbirinden cazip kampanyalar yapmaktadır. Yaz sezonu için çok özel kampanyaları uygun fiyatları ile müşterilerine sunmaktadır.*

*Size özel indirimli kampanyalar için bizleri takip edebilirisiniz.1-ücretsiz ilk seans fırsatı ile tüm vücut lazer epilasyon paketi sadece 1200tl! 2-botoks paketi sadece 399tl! 1 seans koltuk altı lazer epilasyon ücretsiz! 3-Daha dolgun ve doğal dudak dolgusu sadece 649 TL! ÜCRETSİZ 1 seans mini cilt bakımı! 4-%70’e varan İNDİRİMLER ile 5SEANS CİLT BAKIMI 5 SEANS KİMYASAL PEELİMG 799 TL! 5-saç ekiminde ücretsiz ön muayene fırsatı! 6- soğuk lipoliz ile bölgesel incelme uygulamasında %45+%10 indirim ve 699 TL uygun ödeme koşulları! 7-1 seans diyetisyen görüşmesi+ 10 seans zimmer vücut şekillendirme +12 seans lenf drenaj paketi sadece 749! 8- plastik cerrahlarımız ile ÜCRETSİZ burun estetiği muayenesi ve ön fotoğraf çalışmaları başlamıştır.*

*İstenmeyen tüylerinizden kurtulmak için daha fazla beklemeyin! Estetikmed Lazer Epilasyon Bahar Kampanyası ile istenmeyen tüylerinize kalıcı çözüm! Estetikmed siz değerli müşterilerine yaz için çok özel kampanyalar sunmaktadır. İstenmeyen tüylerinizden kurtulmak için bu kampanyadan yararlanarak tüylerinizden kalıcı olarak kurtulun! Tüm Vücut Lazer Epilasyon 6 Seans Sadece 1500 TL****”*** şeklinde tıbbi işlemlere yönelik kampanyalardan ve fiyatlardan bahsedildiği ve talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı,

**plus.google.com/+Estetikmed** adresli internet sitesinin **15.03.2016** tarihli görünümünde; *“Dünyanın saçını ekiyoruz. Sadece güzelliğiniz değil sağlığınıza da kavuşturabiliyoruz. Estetik, dış görünüşe ve sağlığına önem veren kişilerin en sık başvurduğu mecralardan biridir. Sizde eğer sağlığına ve dış görünümüne önem verenlerdenseniz doğru yerdesiniz. Güzellik, Estetik ve Sağlık konusunda 15 yıllık uzmanlığı bulunan kadromuzla Estetik Saç Ekimi, Plastik Cerrahi, Diş Estetiği, ağız ve Diş Sağlığı, Bölgesel Zayıflama, Cilt Bakımı, Vücut Bakımı, Diyetisyen kontrolünde Akupunktur ile Zayıflama, Sigarayı bırakma gibi uygulamalarla müşteri memnuniyetini ön planda tutarak hizmet vermekteyiz. Estetikmed Saç Ekimi ve Plastik Cerrahi Merkezi olarak hedeflerimizin arasında, hastaların endişelerinin gidererek arzularının yerine getirilmesidir.”* şeklinde tıbbi işlemlere yönelik kampanyalardan ve fiyatlardan bahsedildiği, yine söz konusu internet sitesinde talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı,

**www.facebook.com/estetikmed.com.tr** adresli internet sitesinin **15.03.2016** tarihli görünümünde; “*sadece saçlarınızı değil gençliğinizi de geri kazandırabiliyoruz. Saç ekimi hiç bu kadar doğal olmamıştı. Dünyanın saçını ekiyoruz*.” şeklinde tıbbi işlemlere yönelik kampanyalardan ve fiyatlardan bahsedildiği, yine söz konusu internet sitesinde talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı,

**twitter.com/Estetikmed** adresli internet sitesinin **15.03.2016** tarihli görünümünde; “*8 mart dünya kadınlar gününe özel 8 TL! dünya kadınlar gününe özel kaçırılmayacak fırsatlar! Tüm vücut lazer epilasyon paketi 888 TL! 8 Mart haftası tüm seanslar 8 TL! Diyetisyen görüşmesi 8 TL, Bıyık 8 TL, Genital 8 TL, Favori 8 TL, Çene 8 TL, Koltuk Altı 8 TL, Cilt Bakımı 8 TL”* şeklinde tıbbi işlemlere yönelik kampanyalardan ve fiyatlardan bahsedildiği, yine söz konusu internet sitesinde talep yaratıcı ifadelerin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bilindiği üzere, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, tabi bulundukları mevzuat gereği, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilmeleri ve ilan verebilmeleri mümkün iken; bunun haricinde her ne surette olursa olsun reklam ve ilan vermelerinin çok açık ve kesin biçimde yasak olduğu hüküm altına alınmıştır.

İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntülerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlerle ilgili ve talep yaratıcı nitelikte olduğu ve kuruluşunuza yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, bu durumların da;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 üncü ve 40 ıncı maddeleri,

- 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 **Özel Estetikmed Sağlık Hizmetleri Tekstil İnşaat Sanayi Tic. Ltd. Şti.** **(Özel Estetikmed Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**32)**

**Dosya No: 2014/1705**

**Şikayet Edilen: PJ Gıda İşletmeleri Sanayi Ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Papa John’s”* markalı pizza ürünlerine yönelik olarak[www.papajohns.com.tr](http://www.papajohns.com.tr) adresli internet sitesinin 01.12.2015 ve 05.01.2016 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlar ile ürün kutuları, menüler ve tanıtıcı broşürler üzerinde yer verilen ***“Daha iyi malzeme, Daha iyi pizza”*** ifadesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015 - 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ürün ambalajı

**Tespitler**: PJ Gıda İşletmeleri San. ve Tic. A.Ş. unvanlı firma tarafından Papa John’s markalı pizzalara yönelik olarak [www.papajohns.com.tr](http://www.papajohns.com.tr) adresli internet sitesinin 01.12.2015 ve 05.01.2016 tarihli görünümlerinde; ürün markasında yer alan Pizza Papa John’s ibaresinden sonra “Better ingredients, Better pizza” ibaresine, ayrıca söz konusu internet sitesinin “Papa John’s Hakkında” başlıklı sayfasında “25 yılı aşkın süredir bir tek şey aynı kaldı. Papa John’s, "Daha iyi malzeme. Daha İyi Pizza." sözünü her zaman tuttu. Daha iyi malzeme. Daha İyi Pizza.” ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan Papa John’s markalı pizzalara ait ürün kutuları, menüler ve tanıtıcı broşürler üzerinde de *"Daha iyi malzeme. Daha İyi Pizza."* ibarelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** PJ Gıda İşletmeleri San. ve Tic. A.Ş.tarafından Papa John’s markalı pizza ürünlerine yönelik olarak[www.papajohns.com.tr](http://www.papajohns.com.tr) adresli internet sitesinin 01.12.2015 ve 05.01.2016 tarihli görünümlerinde yayınlanan reklamlar ile ürün kutuları, menüler ve tanıtıcı broşürler üzerinde yer verilen **“Daha iyi malzeme, Daha iyi pizza”** ifadesinin ticari bir reklam mesajı olduğu kabul edilmekle beraber, bu ifadeyle herkes tarafından kabul edilen genel geçer bir doğruya vurgu yapıldığı,  söz konusu ifade içinde yer alan “daha iyi” iddiasının ispat edilmesi gereken somut bir iddia olmadığı, reklam verenin kendi ürününün satın alınmasına yönelik sübjektif bir nitelemeyi içerdiği, diğer ürünleri kötüleyecek ve haksız rekabete yol açacak herhangi bir içeriği bulunmadığı gerekçeleriyle mezkur ifadenin tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve haksız rekabete yol açıcı olmadığı görüş ve kanaatine varılarak, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** **OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2015/1575**

**Şikayet Edilen: Deniz AKAY**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.lrbasvuru.com](http://www.lrbasvuru.com) ve [www.aloeverauyelik.com](http://www.aloeverauyelik.com) adresli internet sitelerinde ***“ProBalance Alkali Kapsül”*** ve ***“Sivera Aloe Veralı İçecek”*** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Şahsa ait [www.lrbasvuru.com](http://www.lrbasvuru.com) adresli internet sitesinin kapalı olduğu ve yine şahsa ait [www.aloeverauyelik.com](http://www.aloeverauyelik.com) adresli internet sitesine yönlendirme yaptığı belirlenmiş olup, [www.aloeverauyelik.com](http://www.aloeverauyelik.com) adresli internet sitesinin 22.02.2016 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, *“****ProBalance Alkali Kapsül*** *– Vücudun PH’ını ayarlar, alkali hale getirir. Yaşlanmayı yavaşlatır. Sağlıklı Kilo verdirir. Bağışıklığı destekler, asidik artıkları temizler. Damarların açılmasının sağlar. Besin emilimini sağlar. Vücudun nemlenmesini sağlar. Zinde enerjik tutar. Asitlenmeyi engeller. Sağlıklı sindirim sağlar. Sağlığınız için gereklidir…* ***Sivera Aloe Vera İçecek*** *- Bildiğiniz üzere aloe vera ballı içeceğimizin kan şekerini ve kan yağlarını düşürücü, sindirim sistemini düzenleyici, bağışıklığı güçlendirici ve hatta cilt kırışıklıklarını önleyici birçok olumlu etkisi bulunuyor. SİVERA‘ da tüm bunlara ek olarak içerdiği ISIRGAN ÖZÜ nedeniyle daha neler neler bulunuyor, yine sırayla bir bakalım. Ama önce ısırganla ilgili kısa bilgi vermeyi bir borç bilirim. Isırgan içerdiği bol miktarda alkoloidler, fenolik bileşenler, proteinler, albuminler, vitamin C, karoten, provitamin A, vitamin B1,vitamin K, potasyum, sülfür,çinko, selenyum ve kalsiyum içeren bir bomba! Bilimsel çalışmaların gösterdiği ok yönünü takip edersek görüyoruz ki ısırgan içerisindeki fenolik bileşenler özellikle kalp-damar hastalıkları, yüksek tansiyon, diyabet, iltihabi, viral ve parazitik hastalıklar, psikolojik bozukluklarda oldukça pozitif etkiye sahip.* *SIVERA romatizmal eklem iltihabında da bağışıklık sistemi elemanlarından interleukin 1 seviyesini düşürerek etkili oluyor. Isırgan özü ile yapılan çalışmalar ısırganın romatizmal eklem iltihabı hastalarında anti-enflamatuvar yani iltihaplanmayı önleyici etki gösterdiğini ve tedaviye destek bir gıda olarak kullanılabileceğini göstermiştir.* *İdrar söktürücü özelliğinden dolayı kandaki ağır metallerin temizlenmesinde, yani detoksifikasyonda oldukça etkilidir. Isırganın içerdiği lectin maddesinin yüksek hipoglisemik yani kan şekerini düşürücü aktivitesi bulunmaktadır.* *Isırgan ve dolayısıyla SİVERA böbreklerin çalışmasını düzenleyerek onların güçlenmesini sağlar. Isırgan sayesinde SİVERA hafif laksatiftir. Isırgan prostat kanserinin ve yaşlanma ile ortaya çıkan prostat büyümesinin önlenmesinde de etkilidir. Bu etkisini testosterone hormonunun dihidrotestosterone hormonuna dönüşmesini engelleyerek gösterir. Isırgan sayesinde SİVERA aynı zamanda güçlü bir anti-histaminik yani anti alerjik (saman nezlesi, deri döküntüleri vb.) takviye olarak kullanılabilir. Son olarak içerdiği sülfür sayesinde daha sağlam saç telleri ve daha güçlü, kırılmaya dirençli tırnaklara sahip olabilirsiniz…”* şeklinde tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, ürünlerin insan sağlığına doğrudan veya dolaylı olarak fayda sağladığını yahut hastalıklara veya belirtilerine karşı etkili olduğunu ileri süren sağlık beyanı niteliğinde ifadelere yer verildiği, böylelikle tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken rahatsızlıkların tanıtımı yapılan ürünler ile önlendiği veya tedavi edildiği izlenimi oluşturulduğu, diğer taraftan ürünlerle ilişkilendirilen sağlık faydalarının bilimsel verilerle kanıtlanamadığı, bu itibarla söz konusu 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 **Deniz AKAY** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2015/1808**

**Şikayet Edilen: Doğuş Çay ve Gıda Mad. Üre. Paz. İth. İhr. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “Doğuş Çay”** markalı çaylara yönelik olarak ***“En berrak çay”*** ve ***“En Karadenizli çay”***sloganları ile yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.10.2015 – 09.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: *“Doğuş Çay”* markalı çaylara ilişkin olarak;

*“En berrak çay”* sloganı ile yayınlanan televizyon reklamında rol alan Berrak TÜZÜNATAÇ isimli tanınmış oyuncunun *“****En berrak çay*** *Doğuş Çay!”*,

*“En Karadenizli çay”* sloganı ile yayınlanan televizyon reklamında rol alan Çetin ALTAY adlı oyuncunun *“****En Karadenizli çay*** *Doğuş Çay!”*,

*“En lezzetli çay”* sloganı ile yayınlanan televizyon reklamında rol alan Vedat MİLÖR isimli ‘gurmenin’ *“****En lezzetli çay*** *Doğuş Çay!”*,

*“En samimi çay”* sloganı ile yayınlanan televizyon reklamında rol alan Derya BAYKAL isimli tanınmış oyuncunun *“****En samimi çay*** *Doğuş Çay!”* ifadelerini kullandığı görülmekte, her dört reklam filminin sonunda da ***“En Güzel Çay Doğuş Çay, Doğuş Çay En Güzel Çay”*** sloganına yer verilmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** “Doğuş Çay” markalı çaylara yönelik olarak *“En berrak çay”* ve *“En Karadenizli çay”* sloganları ile 05.10.2015 – 09.11.2015 tarihleri arasında ulusal televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak;

“En berrak çay Doğuş Çay” sloganı ile yayınlanan ve Berrak Tüzünataç adlı oyuncunun rol aldığı reklam filminde Doğuş Çay’ın diğer marka çaylara kıyasla en berrak çay olduğu iddiasına yer verildiği, bununla birlikte çayın berraklığının somut, ölçülebilir, kişiden kişiye değişmeyen objektif bir özellik ve çayın kalitesini ortaya koyan niteliklerden biri olduğu halde somut bir üstünlük iddiası içeren “En berrak çay” iddiasının firma tarafından ispatlanamadığı, böylece “en berrak” ifadesi ile ürünün somut niteliğine ilişkin bir hususta üstünlük belirtilerek tüketicinin tanıtımı yapılan üründen bekleyeceği nesnel bir özelliğe gönderme yapılmasının, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin *“Karşılaştırmalı reklamlar”* başlıklı 8 inci maddesinde yer alan *“Karşılaştırmalı reklamlar, ancak; (…) d) Karşılaştırılan mal veya hizmetlerin, fiyatı da dahil, bir ya da daha fazla maddi, esaslı, doğrulanabilir ve tipik özelliğinin objektif olarak karşılaştırılması, e) Nesnel, ölçülebilir, sayısal verilere dayanan iddiaların; bilimsel test, rapor veya belgelerle ispatlanması, (…) koşullarıyla yapılabilir.”* hükümlerine aykırı olduğu, dolayısıyla “En berrak çay” ifadesinin tüketicileri yanılttığı ve aynı zamanda sektörde yer alan diğer firmalar aleyhine haksız rekabete yol açtığı,

“En Karadenizli çay Doğuş Çay” sloganı ile yayınlanan ve Çetin Altay adlı oyuncunun rol aldığı reklam filminde ise, Doğuş Çay markalı çayın “En Karadenizli” olduğu iddiasına yer verildiği, bununla birlikte ülkemizde satılan birçok diğer markalı çayların da Karadeniz Bölgesi’nde üretildiği ve çay üreticisi firmaların çayı bu bölgeden temin ettiği hususu dikkate alındığında, “En Karadenizli çay Doğuş Çay” iddiasının yanıltıcı, gerçeklikten uzak ve Doğuş Çay’ın aynı niteliklere sahip benzer çaylardan farklı ve özel niteliklere sahip olduğu izlenimi oluşturduğu, bu durumun ise Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin *“Doğru Bilgilendirmeye İlişkin Kurallar”* başlıklı 6/c maddesinin, *“Gıdanın etiketlenmesi; Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak… yanıltıcı biçimde olamaz.”* hükümlerini ihlal ettiği, ayrıca söz konusu ifade ile çay sektöründe faaliyette bulunan rakip firmalar aleyhine haksız rekabete yol açıldığı,

görüş ve kanaatine varılarak, inceleme konusu reklamların;

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar”başlıklı 6 ncı maddesi;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 8/1, 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 **Doğuş Çay ve Gıda Mad. Üre. Paz. İth. İhr. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **220.220-TL (İkiyüzyirmibinikiyüzyirmi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**35)**

**Dosya No: 2015/256**

**Şikayet Edilen: Sabit Sefa PAMUK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.eczanecionline.com.tr](http://www.eczanecionline.com.tr) adresli internet sitesinin 13.03.2015 tarihli görünümündemuhtelif gıda takviyeleri ve kozmetik ürünlere ürüne yönelik; *“****Mnc Faith Ereksiyon Arttırıcı 30 Tablet;*** *Cinsel soğukluğun yok edilmesi ve cinsel güvenin yok olması durumlarında kullanılan Mnc Faith Ereksiyon Arttırıcı 30 Tablet ereksiyon problemini, sertleşme sorununu, iktidarsızlığı ve cinsel enerji azlığı gibi problemleri yok eder.* ***Red Ant Bayan Viagrası;*** *…Bayanların cinsel istek artışı sağlamak için kullanabileceği en etkili ürün Red Ant Bayan Viagrasıdır. …24 saat boyunca etkisi sürer ve cinsel isteksizlik yaşayan bayanlarda libido artışı sağlar.Bayanlarda oluşan psikolojik sorunlardan dolayı cinsel isteksizliği yok eder…****Kolossal Penis Büyütücü ve Geliştirici Ereksiyon Sağlayıcı Krem;*** *…Kolossal krem ereksiyon sağlayıcı özeliğinede sahiptir.200 ml tüp içinde satışa sunulan Kolossal Penis Büyütücü ve Geliştirici Ereksiyon sağlayıcı Krem tamamen bitkiseldir, yan etki yapmaz. Kişiye göre 2-4 cm arası büyüme sağladığı görülmüştür. Kolossal Penis Büyütücü ve Geliştirici Ereksiyon sağlayıcı Krem cinsel ilişki esnasında ereksiyon sağlayıcı ve geciktirici olarakta faydalı olacaktır.* ***Cialis 20******mg 10 Tablet;*** *İlerleyen yaşlarda erkeklerde sıkça görülen sertleşme problemlerine doktor tavsiyesi ile kullanımı sağlanan cialis 20 mg cinsel ilişki sürecinde performans artışına ihtiyaç duyan erkeklerde maximum cinsel destek sağlamaktadır. Cialis etkisi erkeğin ilerleyen yaşına rağmen kullanımında hiç bir problem çıkarmayan, aynı zamanda kan akışını hızlandırmaya yardımcı olan etkili bir eczane ürünüdür.* ***Sex Men Ereksiyon tableti 8 adet;*** *Erkeklerde sertleşme ereksiyon olamama ve cinsel isteksizlik sorunu tedavisi için kullanılan 36 saat etkili olan sex men ereksiyon tableti 8 adet: tadalafil bitki özünden oluşmaktadır.* ***Degra 100mg 4 Tablet Sildenafil;*** *Geciktirici ve ereksiyon sağlayıcı özellikte olan degra 100 mg cinsel problemler tedavisi için etkili olan gıda takviyesidir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yukarda örnek olarak belirtilen gıda takviyeleri **Mnc Faith Ereksiyon Arttırıcı 30 Tablet, Red Ant Bayan Viagrası , Cialis 20 mg 10 Tablet** ve benzer diğer birçok gıda takviyeleri ile ilgili olarak endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu,tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, ayrıca yukarda örnek olarak belirtilen kozmetik ürün **Kolossal Penis Büyütücü ve Geliştirici Ereksiyon Sağlayıcı Krem** ve diğer benzer birçok üründe “Kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri;

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d, 7-a, 7-b, 7-c 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 **Sabit Sefa PAMUK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamlara durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2015/1019**

**Şikayet Edilen: Serkan KORKMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.novagro.info](http://www.novagro.info) adresli internet sitesinde ***“Novagra”*** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: **“Novagra”** isimli ürüne yönelik olarak [www.novagro.info](http://www.novagro.info) adresli internet sitesinin 22.10.2015 tarihli görünümünde; *“ Novagra kapsül cinsel performansınızı artırırken aynı anda cinsel arzu ve isteğinizi de artıracak daha sert ve uzun süren bir ereksiyona sahip olmanızı, birden fazla ilişki kurmanızı ve erken boşalmayı kontrol etmenizi yardımcı olur. Novagra kullanarak elde edeceğiniz faydalar aşk hayatınızı olumlu yönde etkileyecektir. Novagra erkeklerin cinsel performans artıran etkili bir üründür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**37)**

**Dosya No: 2015/1022**

**Şikayet Edilen: Ulus Teknoloji ve Bilişim San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ulusmedikal.com](http://www.ulusmedikal.com) adresli internet sitesinin 22.10.2015 tarihli görünümünde; **Novagra Ereksiyon Hapı 30’lu Kutu**adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“****Novagra Erkek Azdırıcı Ereksiyon Hapı,*** *varsa iktidarsızlık, ereksiyon ve sertleşme sorunu, cinsel performans düşüklüğü, cinsel isteksizlik gibi olumsuz durumların ortadan kaldırılmasına yardımcı doğal bir üründür.* ***Novagra*** [***Erkek Azdırıcı***](http://www.ulusmedikal.com/novagra-erkek-azdirici-ereksiyon-hapi-30-lu-kutu) ***Ereksiyon Hapı****, cinsel performansınızı 2' ye katlayarak daha fazla zevk almanızı, penisinizi sertleştirerek, partnerinize daha fazla zevk vermeyi sağlar.”* **Spanish Fly Kadın Azdırıcı Damla 15ml.**adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“****Spanish Fly (İspanyol Sineği)*** [***kadın azdırıcı***](http://www.ulusmedikal.com/spanish-fly-kadin-azdirici-damla-15ml-orijinal-ispanyol-sinegi)***,*** *seks isteği ve şehvet arttırıcı afrodizyak damla olarak bilinen ve Dünyanın birçok yerinde "sinekli damla" olarak da adlandırılan dünyaca ünlü bir cinsel destek ürünüdür****. Spanish Fly (İspanyol Sineği)*** *kadınlarda genital bölgede bulunan kan akışını hızlandırıcı etki sağlar. Bu etki cinsel istek ve şehvet arttırmaya yardımcı olabilir.”*, **Stevia Doğal Tatlandırıcı ( Şeker Otu ) 20gr.** adlı gıda takviyesine yönelik olarak, ***“****Bu bitkinin kan şekerini düzenleyici, yüksek tansiyon, kabızlık ve depresyona karşı olumlu etkileri vardır. Mide bağırsak florasını, asit-alkali dengesini korur. Stevia (Şeker Otu) ’nun insülin duyarlılığını ve salınımını arttırıcı özelliğinin olması Şeker (Diyabet) tedavisinde kullanılmasını destekler niteliktedir.” ,* **Varistasi BioGel Gambe Varis 100 ml.**  adlı kozmetik ürüne yönelik olarak, “*Bacaklarınıza rahatlama ve hafiflik hissi verir. Bacak ve ayaklardaki yorgunluk hissinin, ağırlığın ve şişkinliğin giderilmesinde* ***Varistasi Bıo Gel Gambe****’ın kullanılması tavsiye edilir. Belirli durumlar sebebiyle (rahatsız ayakkabılar, uzun süre ayakta kalma, uzun, yorucu günler) bacaklarda ve ayaklarda oluşan yorgunluk hissinin, ağırlığın ve şişkinliğin giderilmesinde varistasi canlandırıcı jel mükemmel bir çözümdür. Kalınlaşan ve özellikle frajil hale gelen yorgun epidermisin canlılığını ve elastikiyetini artıran Green Tea (Yeşil Çay), White Tea (Beyaz Çay) ve Red Tea (Kırmızı Çay) özleri içerir. Bu jel hızlı bir rahatlama sağlar ve hafiflik ve tazelik hissi verir. Varistasi , damar dokularının sağlığının doğal şekilde korunmasına yardımcı olarak küçük kan dolaşımının fizyolojik işlevine yardımcı olmaktadır.”,***Capsaicin Biber Extractlı İnceltici Sıkılaştırıcı Jel 250 ml.** adlı kozmetik ürüne yönelik olarak*, “****Capsaicin Jel,*** *anında etkili olmakla birlikte etkisi uzun süre devam eden, yani siz işinizi yaparken, TV izlerken incelmenin devam etmesini sağlayan inceltici ve sıkılaştırıcı jeldir. Göbek, basen ve bel bölgesindeki incelmenin yanı sıra selülit sorunu içinde en etkili çözüm* ***Capsaicin Jel*** *dir. Selülit özellikle vücudun karın, kalça, baldır kısımlarında gelişme gösterir. Günden güne derinin üzerinde yağdan oluşmuş tabaka incelecek ve yok olacaktır. En Önemli nokta aksatmadan her banyoda uygulanmasıdır. İçeriğindeki* ***Capsaicin*** *yağ yakıcı özelliğine, Guarana bitkisinin kan dolaşımını arttırıcı niteliği katkıda bulunarak etkisini hızlandırır. Bileşiminde bulunan yosun özleri vücudun sıkılaşmasına, yeşil çay extractı ise antioksidan olarak toksinleri uzaklaştırıcı etkiye sahiptir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yukarda örnek olarak belirtilen gıda takviyeleri **Novagra Ereksiyon Hapı 30’lu Kutu, Spanish Fly Kadın Azdırıcı Damla 15ml, Stevia Doğal Tatlandırıcı (Şeker Otu) 20 gr.** ve benzer diğer birçok gıda takviyeleri ile ilgili olarak endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu,tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, ayrıca yukarda örnek olarak belirtilen kozmetik ürün **Varistasi Biogel Gambe Varis 100 ml. , Capsaicin Biber Extractlı İnceltici Sıkılaştırıcı Jel 250 ml.** ve diğer benzer birçok üründe “Kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri;

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi;

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri;

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ulus Teknoloji ve Bilişim San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamlara durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2015/1121**

**Şikayet Edilen: Muhammed Fatih ERDEM**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.omercoskun.gen.tr](http://www.omercoskun.gen.tr) ([www.omercoskunmarket.com](http://www.omercoskunmarket.com)) adresli internet sitesinde muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: Panax Damar Açıcı** adlı ürüne yönelik olarak “*Kalp ve damar hastalıklarından şeker ve tansiyona, cinsel sorunlardan ruhsal problemlere ve kadın hastalıklarına kadara çok geniş bir kullanım alanı bulunan Panax mucizevi bir karışımdır. Hücrelerin daha iyi beslenmesi ve yenilenmesini sağlayarak etkisini gösterir. İlaç olmayıp bitkisel besin takviyesi olarak Bakanlık onayına haizdir. Ömer Coşkun Panax aslı ürünü, bugüne kadar milyonlarca kişi tarafından kullanılmıştır. Dünyanın pek çok ülkesinde tedavi yöntemi olarak uygulanan Ginseng bitki özü, Panax’ın ana maddesini oluşturmaktadır. Ginseng özünün hücreleri yenileme/onarma, enerji verme özelliği Panax’ta yer alarak, pek çok hastalığın tedavi sürecine yardımcı olarak kullanılmaktadır. Ömer Coşkun Panax ürünü ile pek çok kişi çeşitli hastalıklarının tedavi sürecinde büyük faydalar görmüştür. Ömer Coşkun Panax Yorumları, ürünü bizzat kullanan ve çeşitli hastalıklarının tedavi süreçlerine etkilerini paylaşan kişiler tarafından yazılmıştır. Derya T. : Eşimin sperm sayısı düşük olduğu için 8 yıldır çocuk sahibi olamıyorduk. Panax’ın hücre yenileyici ve çoğaltıcı özelliğini öğrenince kullanmaya karar verdik. Ürünü kullanmadan önce toplam 2 milyon olan sperm sayısı ürünü düzenli kullandıktan 6 ay sonra 18 milyona yükseldi. Şu an hamileyim ve bebeğimizi bekliyoruz. Allah sizlerden razı olsun. Osman Y. : Ben 8 yıldır şeker hastasıyım. Her na kadar ilaçlarımı düzenli kullansam da diyet yapsam da şekerim 200’ün altına düşmüyordu. Televizyondan reklamını gördüm ve ben de Panax kullanmaya karar verdim. İlaçlarımı kullanmayı hiç bırakmadan Panax kullanmaya başladım. 2 aydır kullanıyorum ve şekerim 120 seviyelerinde. Herkese tavsiye ediyorum. Yasemin K. : Ülser hastasıyım. Her ne yemek yersem ardından bir mide ekşimesi, yanması hissederdim. Bazen saatlerce kıvrandığım olurdu. Panax kullanmaya başladım. Ürünü kullandığım andan itibaren midemde büyük bir rahatlama oldu. Keşke çok daha öncelerde keşfedip kullanmaya başlasaydım. Ömer Coşkun Panax Zararları olabilecek, kimyasal içeriklere sahip bir ürün değildir. Ömer Coşkun Panax, içeriği tamamen bitki özlerinden oluşmuş doğal bir gıda takviyesidir. Bu nedenle ürün kullanıcılarında meydana gelebilecek zararlardan bahsetmek mümkün değildir. Ömer Coşkun Panax Faydaları, pek çok hastalığın tedavi sürecinde etkin bir destek sağlar. Panax; yüksek tansiyona, kalp ve damar rahatsızlığına, epilepsiye, ülsere, şeker hastalığına, kadın hastalıklarına ve sinir sistemine bağlı pek çok hastalığın tedavi sürecinde kullanılabilecek takviye bir üründür. Ömer Coşkun Panax Faydaları, hücresel beslenme/yenilenme sağlayan bir üründür. Metabolizmada beslenen ve güçlü olan hücreler çeşitli hastalıklarla daha kolay ve hızlı mücadele edebilirler. Bu da hızlı bir iyileşme süreci anlamına gelmektedir. İşte bu yöntemle Ömer Coşkun Panax, vücut sistemine yan etkisi olmayan, pek çok hastalığın tedavi sürecinde önemli bir destekçidir.”* **Formula 21** adlı ürüne yönelik olarak *“Kilo kontrolü ve zayıflama destek ürünü olarak Dr. Ömer Coşkun tarafından geliştirilmiştir. %100 bitkisel ve tamamen doğal bir üründür. Sağlıklı olarak kilo vermenin bir aracı olarak diyet ile birlikte alındığında etkili bir kilo verme sürecine adım atılır. Doç.Dr. Ömer Coşkun tarafından belirli bitkilerin bir araya getirilmesi ile oluşturulan Formula 21 ürünleri, ihtiyaç sahiplerinin zayıflamasına destek olmak amacıyla üretilmiştir. Bu tabletler sayesinde zayıflamanın çok daha kolay olduğu gözlemlenmektedir. Ömer Coşkun Formula 21 Tabletleri, kullananların metabolizmasını hızlandırmaktadır. Ömer Coşkun Formula 21 içeriğinde biberiye bitkisi ağırlıklı olarak üretilmiş olup hiçbir kimyasal katkı içermemektedir. Bu bitkisel ürünü kullanımımı ile birlikte, vücuttaki yağ yakımını hızlandırması ve bedendeki bağırsak tembelliğini gidermesi ürünün bir diğer özelliğidir. Ömer Coşkun Formula 21 içerik olarak tamamen bitkisel olarak üretilmiş ve içeriğinde ilaçlarda olduğu gibi yapay ve kimyasal hiçbir madde bulunmamaktadır. Ayrıca Tarım bakanlığının izni ile üretilmiş olup, tescillenmiş olarak piyasaya sunulmuştur. Ömer Coşkun 21 yıllık tecrübe üzerine ismi bu şekilde konulan ürün, son derece başarılı ve rağbet görmektedir. Formula 21 ürünü metabolizmadaki dalgalanmaları önleyerek, acıkma hissini dengelemektedir. Bilindiği gibi obezite günümüzde hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Dengesiz beslenme alışkanlığı ve dengeli beslenmenin yerini hızlı tüketim beslenme şeklinin alması günümüzde istenmeyen kilo alışlarını da beraberinde getirmiştir. Ömer Coşkun Formula 21 bu tür sorunları çok daha hızlı çözmek için üretilmiş destek ürünlerden biridir. Kişi 10 kilo ve üzerinde zayıflamak istiyorsa günde 2 tablet yemeklerden önce bol sıvı ile alması gerekmektedir. Bu doz tavsiye edilen günlük doz şeklidir. Bunun dışındaki fazla doz tüketimi etkili olmamaktadır. En fazla 90 günlük kullanım ayrıca önerilmektedir. Bunun yanı sıra hamile bayanlarda kullanımı tavsiye edilmemektedir. Aynı zamanda kronik rahatsızlık çeken hastalarda doktor kontrolünde kullanılması gerekmektedir. İçeriği bitkisel bazlı olduğu için, güven kullanılır. Tavsiye edildiği şekilde kullanıldığında etkisini hemen göstermektedir. Dr. Ömer Coşkun ürünleri orijinal ürün satan yerlerden ve internet sitelerinden almanız kendi sağlığınız için önem arz etmektedir.* **Hemoroid Seti** adlı ürüne yönelik olarak “ *Hemoroid bütün insanların karşılaşabildiği bir rahatsızlık türüdür. Hemoroid adı verilen hastalıkta, doku damar yumağı yapısına sahip olan ve anüs çıkışında yastık gibi bir görev yapan dokunun denge kaybınam uğramasıdır. Ömer Coşkun belirtmiş olduğu, hem iç hemoridlerin bulunduğu, hem de dış basurların bulunduğudur. Bu tür sorunların giderilmesi için Ömer Coşkun Hemoroid farklı formüller üretmektedir ve bu formülleri düzenli olarak kullanan hastalar, genellilkle kendilerini daha rahat hissedebilmektedir. Hemoroid hastalıkları çoğunlukla erkeklerde görünürken, kadınlarda da görünmeyen bir rahatsızlık değildir, dolaysıyla her iki cinsinde dikkatli olması gerekiyor. Hemoroid seti farklı bitkisel maddeler içeren formüllerle hastalara çözümler üretmeye çalışır. Aynı zamanda danışmanlık yapan Ömer Coşkun, insanların bu tür hastalıklara nasıl yakalandıklarını ve nasıl uzak durabileceklerini anlatır. Bazen hemoroid hiçbir belirti göstermeden gelebildiği için insanlara sıkıntı yaşatabiliyor. Ömer Coşkun Hemoroid için ürettiği farklı formüllerle insanlara destek eli uzatmaya çalışır ve gereki bütün bilgilerin aktarılması konusunda yardımcı olur. Hemoroidlerin en belirgin olan ve insanların tanım koyamayacağı belirtilerden bir tanesi iş kanamalarında olabilmesidir. Bu tür vakaların olmaması açısından Dr. Ömer Coşkun, üretmiş olduğu ürünlerin en etkili olabileceği şekilde yapmaya çalışır. Hemoroid bazen kolaylıkla kurtulabilen, bazense ciddi bir zaman gerektiren bir hastalık türüdür. Doktorlara başvuran ve basur tanısı konan hastalar, genel olarak öncelikle hastanelerde müşaade altına alınır, bu da çoğu zaman iç hemoroidler için geçerlidir. Eğer dış hemoroid ise, genel olarak hastalar kendi tanılarını kendileri koyabiliyor ve koyduktan sonra ise, Ömer Coşkun Hemoroid başvurarak çözüm yöntemleri bulabiliyor. Hemoroid hastalıklar en basit şekilde basur ve buna bağlı olarak gerçekleşen şişkinlikler, kanama, kaşıntı, ağrı ve benzeri durumlardan ortaya çıkmaktadır.* **Ömer Coşkun Epilepsi** adlı ürüne yönelik olarak “*Epilepsi hastalıkları, bazı insanların hayatları boyunca beraber yaşadıkları kâbuslardır. Epilepsi’nin ne zaman ne şekilde ortaya çıkacağı asla belli olmamakla beraber ortaya çıktığı zaman çok kötü şekillerde de kendisini gösterebiliyor. Ömer Coşkun Epilepsi bu tür vakaların azalabilmesi için farklı formüller uygulamaktadır. Ömer Coşkun’un üretmiş olduğu formüller tablet şeklinde olup hastaların hemen kullanabilecekleri tedavi yöntemleridir. Üretilen ilaçlar bitkisel olduğundan rahatlıkla ve güvenle kullanılabiliyor. Ömer Coşkun resmi web sitesine girdiğiniz zaman anında bulup sipariş verebiliyorsunuz. Bütün epilepsi hastaları için Ömer Coşkun Epilepsi önerilir ve çoğu zamanda işe yaramıştır. Dolayısıyla insanların memnuniyeti doğrultusunda Ömer Coşkun’un ürünleri güvenilir bir şekilde herkes tarafından satın alınmaktadır. Epilepsi gibi kontrolü olmayan ve ne zaman bir etki vereceği belli olmayan hastalıklarda düzenli ilaç kullanımı çok önemlidir ve bu yüzden Ömer Coşkun Epilepsi’de sürekli olarak düzenli kullanımda dikkat edilmesi gerektiği belirtilir. Ömer Coşkun Epilepsi bütün epilepsi hastaları için uygun olmaktadır. Hastalar öncelikle doktorlarına giderek hastalıkların ne olduğunu öğrenmek durumundadır. Böylece epilepsi vakası konulduğu zaman Ömer Coşkun web sayfasını ziyaret ederek kendileri için bitkisel fakat etkili olan ilaçları elde edebilirler. Ömer Coşkun Epilepsi ürünleri bir veya iki günde etkisini göstermeyebilir fakat sabırla kullanıldığı zaman, bir süre sonra ortaya etkisi çıkar ve hastalar rahatladıklarını hissetmeye başlar. Epilepsi hastalarında genel olarak bayılma, baş dönmesi ve farklı şeyler yaşayabiliyorlar. Bu tür vakalar Dr. Ömer Coşkun Epilepsi ile azalma gösterebiliyor. Ömer Coşkun, epilepsi hastalığı olan insanların olabildiğince hastalıklardan uzak ve yaşamlarını rahat sürdürebilmeleri için ilaçların formülünü geliştirmiştir. Anında sipariş verip kargo ücreti karşılanması gerektirmeyen, insanları rahatlatan çok basit fakat etkili ve bütün hastalar tarafından başvurulan bir yöntem olmuştur.”* **Pro-X Mega Men** adlı ürüne yönelik olarak *“Ömer Coşkundan PRO-X MEGA MEN Tamamen bitkisel olup yan etkisi yoktur. Prox tamamen bitkisel bir ürün olduğu için güvenle kullanıp partnerinizle daha mutlu zamanlar geçireceksiniz Prox sayesinde yoğun olarak gençlik ve güçlülük duygusunu hissedeceksiniz. Prox sayesinde kan dolaşımınız hızlanacak böylece cinsel performansınız ve ereksiyon gücünüz artacaktır. Prox sayesinde cinsel organda üç aylık bir kullanım sonunda doğal büyüme elde edeceksiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yukarda örnek olarak belirtilen gıda takviyeleri **Panax Damar Açıcı, Formula 21, Hemoroid Seti, Ömer Coşkun Epilepsi, Pro-X Mega Men** ve benzer diğer birçok gıda takviyeleri ile ilgili olarak endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, gıda takviyelerinin insan metabolizmasına etki eden tıbbi bir ürün olduğu izleniminin oluşturulduğu,tıp literatüründe hastalık olarak kabul edilen ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gerekenrahatsızlıkların anılan ürünler ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesigereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğinin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri;

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

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a, 6/1-b, 6/1-ç, 6/3, 6/4-a, 6/4-b,40/1, 42/1, 42/2, 42/5 maddeleri;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**39)**

**Dosya No: 2015/1441**

**Şikayet Edilen: Murat SAÇU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.novagraforum.com adresli internet sitesinin 21.10.2015 tarihli görünümünde **Novagra** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“Novagra+Bayan Azdırıcı Damla 59TL, peki Novagraya insanlar neden ihtiyaç duyar? Günümüz hayat koşullarında gerek erkek gerek ise bayan olsun herkes belli dönemlerde stres, halsizlik, yorgunluk vs. durumlarla karşılaşır bu durular insanların günlük hayatını etkilediği gibi vücutlarını da etkiler ve bünyeleri onların istemediği tepkiler verebilir bu nedenlerden dolayı arayış içine gireriz, kimi zaman bu durumu kimseye anlatamayız. İşte tam bu dönemlerde umarım bizimlem karşılaşmışınızdır.”* 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 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 **Murat SAÇU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2015/1634**

**Şikayet Edilen: Osman KASRANOĞLU**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.omercoskun.web.tr adresli internet sitesinde yer alan muhtelifgıda takviyelerine yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.omercoskun.web.tr adresli internet sitesinin 25.11.2015 tarihli görünümünde **Nicdur Sigara Bıraktırma Destek Seti**adlı gıda takviyesine yönelik olarak*, “Etkisini çabuk  gösteren bitkisel gıda takviyesidir. Sigara özleminizi kökten yok etmenize yardımcı olmak için üretilmiş bitkisel gıda takviyesidir.”* **Trim Fast** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; *“****Trim Fast*** *gıda takviyesi ile hem sağlıklı hem de hızlı bir şekilde fazla kilolarınızdan kurtulabilirsiniz.”* **Mega Pilss Kapsul(Kişniş)** adlı gıda takviyesine yönelik olarak; “***Kişniş****in Faydaları: İştahı açmada, hazmı kolaylaştırmada. Sinirleri yatıştırmada ve sinirsel baş ağrılarında, Bağırsak gazlarını sökmede, Karın ağrılarında yardımcı olur. Cinsel gücü ve isteği arttırmada, Prostat büyümesi ve iltihaplarında yardımcı olur. Kadınlarda Doğumu kolaylaştırır ve aybaşı kanamalarını düzenlemeye yardımcı olur. Modern tıp tedavisine ek olarak kullanılabilecek bitkisel gıda takviyesidir.”* **Male Vitality** adlı gıda takviyesine yönelik olarak*; “****Male Vitality Erkeklere Özel Enerji Seti ,*** *Cinsel performansın artmasına vücut direncini arttırmada prostat benzeri cinsel bölge hastalıklarında doğal gıda takviyesidir. İlaç değil bitkisel destek ürünüdür.”* **Formula 21 Civanperçimi Tablet** adlı gıda takviyesine yönelik olarak *“Adet düzensizliğinde, kist, miyom ve Menopoz döneminde oluşan rahatsızlıklarda, Rahim ve idrar yolları iltihaplarında, Kemik erimesinde, hemoroid tedavisinde, Modern tıp tedavisine ek olarak kullanılabilecek bitkisel gıda takviyesidir.”* 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 **Osman KASRANOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2014/1309**

**Şikayet Edilen:** **Asya Vital Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://hemoroiddogaltedavi.wordpress.com> adlı internet sitesinde yer alan mevzuata aykırı ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: https://hemoroiddogaltedavi.wordpress.com adresli internet sitesinin 16.10.2015 tarihli görünümünde; ***“Hemoroid’e Ağrısız Acısız %100 Bitkisel Tedavi. Bitkisel ürün Hemofit ile hemoroid tedavisi, 3 günde etkisini gösterir ve sizi rahatlatır, hemoroid tedavisi artık sizin elinizde. Hemofit’in Hemoroid Tedavi Sürecindeki Faydaları; Sindirim ve bağırsak sisteminin düzenli çalışmasına. Ağrı, acı, yanma, kaşıntı ve benzeri şikayetlerin kaybolmasına. Kabızlık problemlerinin giderilmesine yardımcı olur.******Hemoroid ilacı******Hemofit’in içeriği:*** *At Kestanesi;(****…)Romatizmal ağrılar, kas ağrıları, saç dökülmesi, yüzdeki güneş lekeleri, damar ağrıları ve göğüslerin toparlanmasında son derece etkili olan atkestanesi, hemoroit tedavisinde kullanılır (…).*** *Civanperçemi; (****… ) soğuk algınlığı, kramplar, ateşlenmeler, böbrek düzensizlikleri, diş ağrılarına karşı, tahriş olmuş cilde, kanamalar ve kadınların adet dönemini düzene sokmak için kullanılır(…).*** *Zencefil; (****…)Antiseptik etkisi sayesinde, mide ve bağırsak enfeksiyonlarına ve hatta gıda zehirlenmelerine karşı kullanılabilir(…)*** *Üzerlik tohumu;* ***(…) Bu ottan elde edilen öz, ateş düşürücü özellik taşıyor. Bel ve baş ağrılarını dindiriyor (…).*** *Karahalile;(****…) Midevi özellikli spazm çözücü. Damar büzücü etkisi vardır. Hemoroid tedavisi için kullanılır(…)*** *Çobançantası; (****…) Kan dolaşımını düzenleme etkisi olan, hem tansiyonu düşürebilen hem de yükselterek normalleştiren ender bitkilerden biridir (…). Hemoroide Ağrısız Acısız %100 Bitkisel Çözüm. Hemofit’in Hemoroid Tedavisindeki Etkileri; İçerisindeki bitkilerin birçok faydaları olmakla birlikte, sindirim sistemi ile ilgili bazı faydaları şunlardır: Hemoroid oluşması ve devam etmesinde etkili olan kabızlık ve şişkinlik oluşumunu engellemede, sindirim ve bağırsak sisteminin düzenli çalışmasını sağlamada doğal destektir. Hemoroidden kaynaklanan ağrı, acı, yanma problemlerinin giderilmesine yardımcı olur. Kan dolaşım sistemini uyararak damarların sağlıklı çalışmasını destekler. Damarların büzüşmesine yardımcı olarak, kanın bir bölgede yoğunlaşmasını engeller. Kanın daha akışkan olarak vücutta kolayca hareket etmesinde yardımcıdır. Sindirim sistemini çalıştırıcı etkisiyle bağırsakların tembelleşmesini ve gaz yapmasını azaltır. Kabızlığı engellemede sindirim sistemine yardımcı olur.*** ***Hemoroid tedavisi için doğal çözüm yoludur.”*** *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

**42)**

**Dosya No: 2014/1386**

**Şikayet Edilen:** **Avrasya Genel Pazarlama Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.7gundiyeti.com](http://www.7gundiyeti.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.7gundiyeti.com adresli internet sitesinin 12.10.2015 tarihli görünümünde; ***“Dünyayı kasıp kavuran 7 Gün Diyeti şimdi Türkiye’de. Aç kalmak yok, diyet listeleri yok. 7 günde inanılmaz sonuç. Haplardan, tabletlerden ve zararlı sıvılardan uzak durun. 7 gün boyunca akşam öğünü yerine Dez Pack 7 Gün kullanın, sonuçları gözünüzle görün.”***ile tüketici yorumlarında geçen “ ***Başka diyetlerle aylarca elde edebileceğim sonucu 7 günde aldım. Henüz ikinci gündeyim. Hiç açlık yaşamadım, çok lezzetli ve doyurucu bir ürün. Daha şimdiden göbeğimde ve bel kısmımda eksilme fark edebiliyorum. Diyetin vaadi aç kalmadan sadece 7 günde fazla kilolardan kurtulmanız… Öyle bir diyet düşünün ki sadece 7 gün sürecek, hiç açlık hissetmeyeceksiniz, içinde onlarca maddeden oluşan kural ve listeler olmayacak ve o bir haftanın sonunda gardırobunuzdaki tüm kıyafetlerin içine rahatlıkla girebileceksiniz.”*** şeklinde *ş*eklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.7gundiyeti.com adresli internet sitesinde yer alan “Dez Pack 7 Gün”adlı ürüne 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 **Avrasya Genel Pazarlama Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2015/980**

**Şikayet Edilen:** **Avrasya Genel Pazarlama Anonim Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dezpack.com adresli internet sitesinin 24.12.2015 tarihli görünümünde; ***“DEZ Pack Diyet Seti Başlangıç ve Devam ürünlerinden oluşan 16 gün kullanım için hazırlanmış toplam günlük diyetin yerini alan üründür. Programın asıl hedefi vücuttaki kas oranına zarar vermeden ideal görünümünüze kavuşmanıza yardımcı olmaktır. (…) Dez Pack İçeriği; Niyasin, sinir sisteminin düzenli çalışmasına yardım eder. Hazmı kolaylaştırır, metabolizmayı hareketlendirir. Kolesterolü düzenlemesi açısından son derece faydalı vitaminlerden biri olan Niasin, kalp hastalıklarını önler. Yağ asitleri, kolesterolü düşürmeye yardımcı olurlar ve bu nedenle faydalıdırlar. Diyet lifleri (…) bu tür lifler suda çözünmediği için şişer ve tokluk hissi verir. Ayrıca bağırsakları temizleyerek sindirimi de kolaylaştırırlar.”*** şeklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.dezpack.com adresli internet sitesinde yer alan “Dez Pack Kilo Kontrol Ürünleri 16 Günlük Set” adlı ürüne 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 **Avrasya Genel Pazarlama Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2015/1007**

**Şikayet Edilen:** **Metin İlaç Pazarlama Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.03.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.supratall.us tr adresli internet 28.12.2015 tarihli görünümünde; ***“Supratall, içeriğinde kemik ve kas gelişimine yardımcı vitamin ve mineral içeriği olan bir gıda takviyesidir. Zengin bir vitamin takviyesidir. Vücutta büyümeyi destekler. Omurgaların daha dik durmasına, kemik ve kasların güçlenmesine, bağışıklık sisteminin güçlenmesinin artmasına yardımcı bir üründür.”*** şeklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.supratall.us adresli internet sitesinde yer alan **“Supratall”** 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 **Metin İlaç Pazarlama Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2015/1457**

**Şikayet Edilen:** **Gelişim İnternet Hizmetleri Ve Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.detokscayi.gen.tr](http://www.detokscayi.gen.tr) adlı internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.detokscayi.gen.tr](http://www.detokscayi.gen.tr) adresli internet sitesinin 09.07.2015 tarihli görünümünde; ***“Kilo vermek mi istiyorsun? Detoks çayı ile zayıflamaya hemen başlayın. Yağları yakar. Metabolizmayı hızlandırır. Ödemi ve toksinleri atar. Enerji verir, iştahı kapatır.”*** şeklinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.detokscayi.gen.tr adresli internet sitesinde yer alan **“Nova Teatox Detoks Çayı** 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 **Gelişim İnternet Hizmetleri Ve Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**46)**

**Dosya No: 2015/46**

**Şikayet Edilen:** **Bilsev Sağlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.ansiklopediatri.com adresli internet sitesinde yer alan ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.ansiklopediatri.com adresli internet sitesinin 01.07.2015 tarihli görünümünde; *“****Prospan Öksürük Şurubu:*** *Balgamı sulandırıp atılmasını kolaylaştırır. Daralan bronşların genişlemesini sağlayarak rahat soluk aldırır. Sonuçta öksürük yakınmasını giderir. Sadece tek bir ilaçla, kombinasyon yapmaya gerek duymadan bu 3 etkiyi elde edebilmek için PROSPAN tek seçenektir. Bilinen bir ilaç etkileşimi ve ciddi bir yan etkisi olmadığından PROSPAN, hastalara önemli bir kullanım kolaylığı sağlamaktadır.* ***Umca Damla:*** *Umca damla virüslerin yol açtığı soğuk algınlığı, sinüzit, anjn gibi üst, bronşit gibi alt solunum yollarının iltihabi hastalıklarında önerilebilmektedir. Hekim hasta çocuğun Umca damla kullanmasını önerdiğinde, üst ya da alt solunum yolu hastalığının iyileşme süresinin kısalacağını, öksürük ve burun akıntısı gibi belirtilerin hafifleyeceğini, hastanın bağışıklık sisteminin güçleneceğini ve oluşan balgamın daha kolay söküleceğini düşünüyor demektir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde belirtilen muhtelif ürünlerin görüntü ve endikasyon bilgilerine yer verilerek ve sağlık beyanları kullanılarak tanıtımının yapıldığı, “takviye edici gıda” niteliğinde olan ürünlerin reklam ve tanıtımlarında mevzuatta izin verilenlerin dışında herhangi bir sağlık beyanına yer verilemeyeceği ayrıca “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tüm bu reklâm ve tanıtımların;

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

5/b, 5/c, 5/ç, 5/d inci maddeleri,

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

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

* İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

- 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 **Bilsev Sağlık Hizmetleri 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: 2015/1043**

**Şikayet Edilen:** **Anatolia Bilişim Eğt. Dan. İlt. Rek. San. Tic. Ltd.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.yeniambar.com adresli internet sitenizin 23.12.2015 tarihli görünümünde;*“****Sante Life Form Çorba:*** *SADECE 21 GÜNDE MUCİZE SONUÇ! Santalife Form Çorba doğal ve organik içeriği sayesinde metabolizmanızı güçlendirerek, acıkmadan, vücudunuzdaki fazla yağı hızla yakarak sizi rahatsız eden kilolarınızdan kurtulmanıza yardımcı olacak. Hiç düşünmeden hem istediğinizi yiyebilir hem de zayıflayabilirsiniz. Santalife’ın özel yağ yakıcı formülü sayesinde sadece 21 günde sizde vücudunuzdaki mucizevi değişimi göreceksiniz.* ***Garden Life Yeşil Kahve:*** *Mehmet Öz: “En Sorunlu Bölgeler için Yeşil Kahve Çekirdeği!” Mehmet Öz yeşil kahve için Amerika’daki televizyon programında bu kahve çekirdeklerinin kilo kaybına ve yağ yakılmasına yardımcı olduğunu doğruladı. Metabolizmayı hızlandırarak vücudun kalori harcama düzeyini arttıran yeşil kahve çekirdeğinin kilo vermek isteyenlere diyet ve sporun yanında yardımcı olacağını dile getirdi. Diğer kahveler gibi kavrulmayan Yeşil Kahve Çekirdeği kilo vermeye yardımcı olarak Klorojenik Asit içerir.* ***Biotama Goji Berry Çayı:*** *Goji Berry’nin Faydaları: Enerjinizi ve dayanıklılığınızı arttırın. Goji Berry, egzersiz toleransınızı, gücünüzü ve dayanıklılığınızı arttırır. Özellikle hastalık sonrası ortaya çıkan bitkinlik ve halsizlik şikâyetlerini ortadan kaldırır. Genç görünmenizi sağlar, vücut yağ oranını azaltır, uyku düzensizliklerini engeller, hafızayı güçlendirir, iyileşme hızını arttırır, cinsel istek ve gücü düzenler ve vücuda daha genç, diri bir görünüm kazandırır. Astım hastalığı başta olmak üzere bronşit gibi solunum yolları hastalıklarına fayda sağlamaktadır. Astım hastalığını iyileştirmekten ziyade astım ataklarının daha hafif geçmesini sağlayabilmektedir. Kan basıncı yükselmelerini belirgin bir biçimde önler. Bu sayede felç, kalp krizi ve böbrek yetmezliği gibi ciddi sağlık sorunlarına yol açan yüksek kan basıncı değerleri, normal seviyeye gelir. Kanserle savaşır, tümör büyümesini durdurur. Goji Berry ile birlikte kanser ilacı kullanan hastaların, yalnızca ilaç kullanan hastalara oranla daha hızlı olumlu sonuç aldığı görülmüştür. Bazı kanser hastalarının tedavilerinde inanılmaz derecede iyileşme sağlamıştır. Kemoterapi ve radyasyonun istenmeyen yan etkilerini azaltır. Güçlü kan değerleri sağlar. Güçlü bir kan yapıcı ve gençleştiricisidir. Karaciğerinizi destekler****… Garden Life Zencefilli Bal:*** *Astım bronşit ve öksürük için kullanılır. Müzmin öksürüğe karşı tedavi edicidir. Nefes darlığında etkilidir. Kış aylarında boğaz enfeksiyonlarından koruyucu özelliği bulunur. Solunum yollarını rahatlatır. Terletici özelliği vardır.* ***Garden Life Beyaz Çay:*** *Virüsleri öldürür. Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir, kanserdenkorur. Kuvvetli antioksidandır. Tansiyon ve kolesterolü düşürür. Cildi güzelleştirir. Kemiklere faydası olur. Osteoporozda faydalıdır…”* 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 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, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla bu tanıtımların her koşulda mevzuata 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, 42/2 ve 42/5 nci 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 **Anatolia Bilişim Eğt. Dan. İlt. Rek. San. Tic. Ltd.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

**Dosya No: 2015/1475**

**Şikayet Edilen: Natura Doğal Besin Ve Destek Ürünleri San. Ve Tic. Ltd. Şti. – İlker Durak**

**Şikayet Edilen Reklam:** Natura Doğal Besin Ve Destek Ürünleritarafından üretilen ***“SAREX”*** markalı ürünün <https://zerdecalekstrakti.wordpress.com> adresli internet sitesi tanıtımları ve İlker Durak’ın bu reklamlarda yer alması

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** zerdecalekstrakti.wordpress.com isimli internet sitesinin 12.11.2015 tarihli görünümünde; En Etkili Formül Curcuma Longa (Zerdeçal Ekstraktı) başlığı altında; “*Piyasa araştırmaları ve kanıtlanmış verilere göre piyasada bulunan sıvı ekstrakt formlarında, iddiasını ispat edebilen ve tıp camiasında kabul gören****, Sarex  Turmeric Concentrated isimli üründür.******Ankara Üniversitesi Tıp fakültesi Biyokimya Anabilim Dalı Öğretim üyesi Prof. Dr. İlker Durak*** *Tarafından geliştirilen Dünyada İlk Kez Uygulanmış Çift Kademeli Organik/İnorganik Ve Subkritik CO2 ekstraksiyon Teknikleri Kullanılmış. Araştırmalar ve bilimsel verilere göre bazı bitkilerin etken madde açısından suda/subkritik CO2 ekstraksiyon yöntemi ile bazılarının ise organik/inorganik ekstraksiyon metodu ile açığa çıktığı ve en etkili formunu oluşturduğu kanıtlanmıştır. Bu bakımdan* ***Natura Doğal’ın üretmiş olduğu sarex marka ürünler*** *etken madde açısından en etkili standardize edilmiş doğal ürünlerdir. GMP (İYİ ÜRETİM TEKNİKLERİ)BELGELİ SIVI EKSTRAKT ÜRETEN TEK FİRMADIR.”*, Zerdeçalın Faydaları - Zerdeçal Hangi Kanser Türlerinde Etkili başlığı altında, “***Özellikle çağımızın vebası kanserin her türünde etkinliği tartışılmaz olan zerdeçal****, P53 ya da diğer adıyla tümör protein 53 (TP53), hücre döngüsünü düzenleyen bir transkripsiyon faktörüdür.* ***Birçok organizmada kanseri baskılamak için önemli bir proteindir. Karaciğer hastalıkları, enfeksiyon hastalıkları, akciğer hastalıkları, iskelet ve kemik bozuklukları, nerodejeneratif bozukluklar ve enflemasyon hastalıklarında mutlaka kullanılması gereken bir etken maddedir.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam Kurulu Başkanlığınca konu hakkında yapılan incelemeler sonucunda, bahsi geçen https://zerdecalekstrakti.wordpress.com adresli internet sitesinin muhatabı (reklam veren) iletişim bilgileri tespit edilemediğinden, hala aktif olduğu görülen siteye erişimin engellenmesi hususunda Türkiye İlaç Ve Tıbbi Cihaz Kurumu Başkanlığına, Bakanlığımızca yazı yazılmıştır. Bununla birlikte, 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*** **OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir.

**49)**

**Dosya No: 2016/407**

**Şikayet Edilen: Mikro-Gen İlaç Sanayi Ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.revigen.net](http://www.revigen.net)adresliinternet sitesinde yer alan **“Revigen”** markalı ürün tanıtımında yer alan ***“Saçınızı Baştan Çıkarır”*** ifadesi

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.revigen.net adresli internet sitenizin 29.03.2016 tarihli görünümünde, **“Revigen”** markalı gıda takviyesi ve kozmetik ürünlerin tanıtımında ***“Saçınızı Baştan Çıkarır”*** şeklinde ifadelere yer verilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan *“Saçınızı Baştan Çıkarır”* ifadesi hakkında firmanın sunmuş olduğu Sağlık Bakanlığı Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu Tıbbi Cihaz ve Kozmetik Ürünler Başkan Yardımcılığı’nın 07.02.2013 tarih ve 841463 sayılı yazısında, kurum *“Saçınızı Baştan Çıkartır” iddiası Kozmetik Mevzuatına uygun olmadığından ve tüketiciyi yanıltacağından bu iddia yerine marka tesciline uygun olarak “Saçınızı Baştan Çıkarır” iddiasının ambalajlarda ve tanıtımlarda kullanılması gerekmektedir”* şeklinde görüş belirtmiştir. İlgili kurumun bu görüşü 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.

**50)**

**Dosya No: 2014/1507**

**Şikayet Edilen: Azg İthalat İhracat Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mavena.com.tr](http://www.mavena.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Mavena B12 Krem”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2014, 02.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.mavena.com.tr/sss.ve.vakalar](http://www.mavena.com.tr/sss.ve.vakalar) adresli internet sayfasının 24.11.2014 tarihli görünümünde *“Örnek Vakalar”* başlığı altında***;“5 Aylık Bir Bebek: Henüz 5 aylık olan bu bebek, doğumundan sonraki 3 aylık periyodu yüz bölgesinde oluşan atopic dermatitis adlı rahatsızlık ile geçirdi. Önceden denenmiş bazı terapi ve tedavi uygulamaları: Aveno Baths, Eucerin, Various antihistamines, Aquaphor, Elidel. Tedavi: Bebeğe annesi tarafından saf deniz tuzu karışımıyla, 3 aşamalı bir banyolama tedavisi uygulanmıştır. Sonuç olarak: Bu yöntem, etkisini 4 hafta içinde gözle görülür şekilde göstermiş olup; tedavi, 8 hafta sonunda rahatsızlığın %95ini gidermiştir… 37 Yaş, Erkek: Resimdeki 37 yaşında bir erkek. 20 senedir psoriasis rahatsızlığı var. Önceden denenmiş bazı terapi ve tedavi uygulamaları: Emollients, Tars, Topical Corticosteroids, Dovonex Tedavi: Haftada 3 kez Balneo-Phototherapy, Lipolotion BID… Yetişkin Erkek: Resimde görmüş olduğumuz yetişkin bir erkeğe ait dirsek, belirli bir cilt hastalığına maruz kalmıştır. Birinci resimde cildin tahriş olduğu net bir şekilde görülmektedir. Önceden denenmiş bazı terapi ve tedavi uygulamaları: İlgili tedavi edici yöntem ve kullanılan ilaç sayesinde ulaşılan sonuç ise, diğer resimde ortaya çıkmıştır…”***ifadeleri ile birlikte [www.mavena.com.tr/media.html](http://www.mavena.com.tr/media.html) adresli internet sayfasının 02.05.2016 tarihli görünümünde; *“Mavena B12 AD Tanıtım Belgesel Filmi”* başlıklı videoda hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda tanıtımı yapılan ürünün tıbbi bir cihaz olduğu, dolayısıyla söz konusu ürünün Tıbbi Cihaz Yönetmeliği kapsamında değerlendirilebileceği ve reklamının yapılmasında herhangi bir sakınca bulunmadığı; ancak hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verilmesinin ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 6/e, 7/a, 7/c-1, 13 ve 17 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Azg İthalat İhracat 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: 2015/361**

**Şikayet Edilen: Tekon Teknik Konut İnşaat ve Taahhüt A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** w2.ematoxresmisatis.com ve [www.ematox.com](http://www.ematox.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Ematox Colon Cleansing”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2015, 14.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: w2.ematoxresmisatis.com adresli internet sitesinin 04.03.2015 tarihli görünümü ile [www.ematox.com](http://www.ematox.com) adresli internet sitesinin 14.04.2015 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? Toksin maddeler yani 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. Ematox ile bağırsaklarınızdaki zararlı döngüyü sona erdirir ve sürekli temiz kalmalarına yardımcı olur… Ematox iç vücut temizliğinizi doğal yollarla yapmak üzere formüle edilmiş Türkiye’de on binlerce memnun kullanıcısı bulunan bitkisel bir detoks mamasıdır. Şişkinlik, kabızlık ve huzursuzluk hislerinden kurtulmanız ile birlikte daha iyi uyumaya ve bu da sabahları zinde ve enerji dolu uyanmanıza yardımcı olur… Vücudundaki toksinlerden arınmaya hazır mısın? Toksinler kilo vermeni engelliyor! Daha pozitif ve daha sağlıklı bir yaşam için şimdi Ematoxla… Sağlıklı zayıflamanın yolu Ematox ile daha kolay… Ematox ile yapılan sağlıklı ve düzenli bağırsak temizliği daha kolay kilo vermeye ve şişkinlikleri yok ederek anında gözlemlenebilecek daha düz bir karına sahip olmanızı sağlamaya yardımcı olur… Sağlıklı bir bağırsak temizliği süreci zamanla kan dolaşımınızda iyileşmeler sağlamaya yardımcı olur… Ematoz ile düzenli çalışmaya başlayan bağırsaklar tüm metabolizmayı hızlandırır ve birikmiş yağların da yakılarak vücuttan atılmasını sağlamaya yardımcı olur… 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… 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 yapmadınız. Hangi zayıflama yöntemini denemiş olursanız olun bunun başarılı olabilmesi için önce Ematox Colon Cleansing ile vücudunuza yerleşmiş parazitlerden ve zararlı toksin maddelerden temizlenmeniz gerekir. Ancak bu sayede düzgün işleyen bir metabolizmaya sahip olur ve bedeniniz kilo vermeye hazır hale gelir. Zaten sadece ematox kullanarak, daha ilk kullanımda 10 kiloya kadar kilo kayıpları gözlemleyeceksiniz… 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, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5-b maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**52)**

**Dosya No: 2015/691**

**Şikayet Edilen: Uğur Fırat BACINOĞLU**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fatblocktableti.com](http://www.fatblocktableti.com) adresli internet sitesinin 07.04.2015 tarihli görünümünde; ***“Zayıflamak ister misiniz? Fazla kiloları vermeye yardımcı Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın!...Bu ürün içerdiği temel bileşen olan Captoglicolipid ile birlikte yağ eritici bir formüle sahiptir. Yapılan birçok laboratuvar testlerinde de etkisi büyük oranda görülmüştür. Fazla kilolarınızı tamamı ile birlikte geride bırakabilmek için sizlere gerekli olan tüm bileşenleri vererek faydalarını sağlayabilmektedir… Fat-Block yağ tutucu… Fat-Block yağları eritmede yardımcı bir ürün olup, bununla kalmaz bunu sağlıklı bir şekilde yapar ayrıca vücudunuzun kazandığı dengeli kilo almaya da yardımcı olur… Fat-Block günümüzde kullanımı yaygın hale gelmiş, doktorlarımız tarafından onaylı, yağları kendine çekmesi özelliği ile ün salmış bir üründür… Dikkat edin. Bitkisel gıda takviyesi değildir… Ben tavsiye ediyorum! Yiyerek ve güvenle zayıflamanın yöntemini sizinle paylaşıyorum. Bu zamana kadar bana sorulan en çok soruların başında gelen “nasıl güvenle kilo veririm?” cevabı bu formülde… Dr. Aytuğ Kolankaya.”***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, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5-c maddeleri,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**53)**

**Dosya No: 2016/137**

**Şikayet Edilen: Numil Gıda Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Bebelac Gold Devam Sütü”* adlı ürüne yönelik olarak ***“Mutluluk göbüşte başlar”*** sloganı ile muhtelif televizyon kanalları ile [www.mutlubebekler.com](http://www.mutlubebekler.com) adresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.09.2015-11.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler**: Firma tarafından Show Tv logolu televizyon kanalında 18.09.2015 tarihinde yayınlanan reklamlarda;

***“Tüm anneler bilir. Göbüşleri rahat bebekler mutlu bebeklerdir. Bebelac, Bebelac Gold Devam Sütünü geliştirdi. Bebelac Gold fermantasyon teknolojisiyle hazırlanan ilk ve tek devam sütüdür. Yoğurttakine benzer fermantasyon teknolojisi ile bebeğinizin göbüşü rahat olur. Bebelac Gold Devam Sütü. Mutluluk göbüşte başlar.”*** ,

ATV logolu televizyon kanalında 18.12.2015 tarihinde yayınlanan reklamlarda;

***“-Sevgili anneler, bebeklerin ilk yıllarında sindirim sistemleri henüz tam gelişmemiştir. Onlar büyüdükçe sindirim sistemleri de gelişir. Bugün Bebelac Gold beslenme uzmanı Aynur Hanım bize yeni Bebelac Gold’u anlatacak.***

***-Evet, bu dönemde bebeklerin gelişimine uygun beslenme çok önemlidir. Bebeğiniz için en uygun besin anne sütüdür. Doktorunuzun da önerisiyle anne sütü alımı azaldığında bebekler için devam sütü kullanılabilir. Bebelac Gold, Türkiye’de ilk kez fermantasyon teknolojisini devam sütlerinde kullandı. Fermantasyon yöntemi evlerimizde de kullandığımız mayalama olarak bildiğimiz bir yöntemdir. Örneğin yoğurt, ayran, kefir gibi ürünler bu yöntemle üretilmiştir ve sindirime yardımcıdır. Yeni Bebelac Gold fermantasyon teknolojisiyle hazırlanan ilk ve tek devam sütüdür. Yoğurt ve kefirdekine benzer fermantasyon teknolojisi ile bebekler rahat olur.***

***-O zaman ne diyoruz? Yepyeni Bebelac Devam sütü ile mutluluk göbüşte başlar.”*** ifadelerine yer verilirken,

Diğer taraftan, [www.mutlubebekler.com](http://www.mutlubebekler.com) adresli internet sitesinin 11.02.2016 tarihli görünümünde; “***Tüm anneler bilir, göbüşleri rahat bebekler mutlu bebeklerdir. Bebelac, fermantasyon teknolojisiyle hazırlanan ilk ve tek devam sütü Bebelac Gold'u geliştirdi. Bebeğinizin göbüşü rahat olduğunda, mutlu olur. Böylece çevresiyle daha iyi iletişim kurar, keşfetmeye ve keyif almaya açık olur. Fermantasyon teknolojisi nedir? Fermantasyon yöntemi, uzun yıllardır geleneksel olarak evlerimizde de kullandığımız 'mayalama' olarak bildiğimiz bir yöntemdir. Örneğin; yoğurt, ayran, kefir gibi bildiğimiz ürünler, fermantasyon yöntemi ile üretilmiştir ve sindirime yardımcıdır. Bebelac Gold, fermantasyon teknolojisi ile hazırlanan ilk ve tek devam sütüdür. Yoğurt ve kefirdekine benzer fermantasyon teknolojisi ile bebeklerin göbüşleri rahat olur, mutlulukları yüzlerinden okunur.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2016/438**

**Şikayet Edilen: Hipp Dış Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Hipp Organik Devam Sütü Cimbiotic”*** adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Mart 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Dergi, televizyon, internet

**Tespitler**: Firma tarafından muhtelif televizyon kanalları ile [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesinde yer alan *“Hipp Türkiye”* kanalında yayınlanan ***“Yaşamdaki en değerli varlığınız için”*** sloganlı reklamlarda; ***“Seninle her yeni gün en güzeli olduğu için, Bana her gün sonsuz güvendiğin için, Yaşamdaki en değerli varlığım için”***,

“Bebeğim ve Biz” dergisinin Mart 2016 tarihli sayısında; ***“Yaşamdaki en değerli varlık için. Bebeğinizin anne sütünden sonra alacağı ilk süt HiPP COMBIOTIC® olsun.*** ***Probiyotik ve Prebiyotik® ilaveli. Değerli Omega-3 ilaveli. İlk ve tek organik devam sütü… HIPP, bir bebek maması üreticisi olarak fazlasıyla ağır bir sorumluluk taşımaktadır. HiPP Premium kalitede üretim yapar. Bu üretimi mümkün olan tüm yönleriyle doğayla uyumlu bir şekilde yüksek HiPP standartlarını hedefleyerek gerçekleştirir. Uzun HiPP kalite kontrol süreci daha hammadde aşamasında henüz üretime geçmeden başlar. Bu yöntemle HiPP ürünlerindeki hammaddelerin en iyileri olduğundan emin oluruz. Bunu şahsen garanti ederim. Claus Hipp.”***,

Bununla birlikte; “Baby&You” dergisinin Mart 2016 tarihli sayısında tanıtım olarak yer alan ***“0-3 yaş arası organik beslenmeli!”*** başlıklı röportajda; ***“(…) Doğal ve organik arasında fark var mıdır? Doğal ürünlerde organik ürünlerde olduğu gibi yetiştirilmesinden işlenmesine kadar geçen her aşamada kurallar yoktur. Doğal ürün hiçbir işlem yapılmadan, hiçbir şart aranmadan topraktan geldiği gibi kullanılan üründür, bir denetime ve sertifikaya gereksinimi yoktur. Hormon, GDO, renklendirici, koruyucu, antibiyotik içerme riski her zaman vardır. (…) Kimyasal içeriklere sahip gıdalarla beslenmek ne gibi sorunlara yol açabilir? (…)…Hormon sisteminin bozulması üreme ile birlikte vücut gelişimini ve davranışları da etkilerken, bu kimyasalların doğuştan gelen sakatlıklar, bazı kanser türleri ve çocukların bağışıklık sistemi rahatsızlıkları ile de ilişkili olduğu düşünülmektedir… Bir bebeği ya da çocuğu tamamen doğal gıdalarla beslemek mümkün mü? Özellikle 0-3 yaş arası hassasiyetin en önemli olduğu dönemde doğal değil organik beslenmeyi tercih etmeliyiz. Doğal ürünlerde kontrol ve denetim yoktur. Organik ürünler her aşamada kontrollüdür. Hatta bir sonraki aşama da hamileyken bile beslenme şeklimizde dikkat etmek olmalıdır.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**EĞİTİM**

**55)**

**Dosya No: 2014/1586**

**Şikayet Edilen: Antalya Ekol Özel Eğitim ve Öğretim Hiz. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Özel Harvard Koleji”*** ve ***“Özel Harvard Quality College”*** isimleriyle yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Sınav giriş kartları, broşür ve Antalya ilinde yer alan belediye panoları

**Tespitler:** Şikayet edilen firmaya ait özel eğitim kurumunailişkin olarak 2014 yılı içerisinde sınav giriş kartları üzerinde, broşürlerde ve Antalya ilinde yer alan belediye panolarında yer alan tanıtımlarda ***“Özel Harvard Koleji”*** ve ***“Özel Harvard Quality College”*** isimlerinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Özel Harvard Koleji” ve “Özel Harvard Quality College” isimlerini kullanarak tanıtım yapan reklam veren firmaya ait özel öğretim kurumunun Bakanlık kayıtlarındaki adının “Özel Antalya Temel Lisesi” olduğu ve Milli Eğitim Bakanlığı bünyesinde “Harvard” isminin hiçbir özel öğretim kurumuna verilmediği,

Öte yandan, Harvard Üniversitesi de dahil birçok işletme grubunun ve Türk Patent Enstitüsü nezdinde kayıtlı “Harvard” markalarının hak sahibinin President and Fellows of Harvard College olduğu ve adı geçen hak sahibi tarafından Türkiye’de yalnızca “Harvard Business School İstanbul Araştırma Merkezi” adlı kuruma bu ismi kullanma hakkının verildiği, bunun haricinde “Harvard” isminin veya ticari markasının kullanımı için Türkiye’de herhangi bir eğitim kurumuna, okula veya organizasyona muvafakat veya lisans verilmediği,

Sonuç olarak, reklam veren firmaya ait özel eğitim kurumu tanıtımlarında, marka kullanım hakkı olmaksızın dünya çapında marka değeri olan “Harvard” ibaresini içerecek şekilde “Özel Harvard Koleji” ve “Özel Harvard Quality College” isimlerinin kullanılarak yüksek kalitede eğitim verildiği izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırı hareket edildiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-8, 13 üncü, 15 inci ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Antalya Ekol Özel Eğitim ve Öğretim Hiz. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2014/1883**

**Şikayet Edilen: Maarif Özel Eğitim Yay. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Türk Maarif Koleji Express Quality School”*** ismiyle yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firmaya ait özel öğretim kurumu tanıtımlarında, Milli Eğitim Bakanlığı’nın eski isminde yer alan “Maarif” ifadesini içerecek şekilde ***“Türk Maarif Koleji”*** isminin kullanıldığı, oysaki tüketicilerde söz konusu kurumun Milli Eğitim Bakanlığınca finanse edildiği ve/veya desteklendiği izlenimi oluşturabileceği gerekçesiyle anılan ismin Bakanlık bünyesinde hiçbir özel öğretim kurumuna verilmediği,

Ayrıca, ***“Türk Maarif Koleji”*** ismini kullanarak tanıtım yapan eğitim kurumunun Bakanlık kayıtlarındaki adının “Özel Muratpaşa Marifet Anaokulu, İlkokulu, Ortaokulu”, “Özel Konyaaltı Marifet İlkokulu, Ortaokulu” ve “Özel Maarifet Anadolu Lisesi” olduğu,

Diğer taraftan söz konusu tanıtımlarda yer alan ***“Express Quality School”*** ifadesi ile bahsi geçen kurumda yüksek kalitede eğitim verildiğinin iddia edildiği, ancak taraflarınca bu ifadenin ispatlanamadığı, bu sebeple tüketicilerin yanıltıldığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırı hareket edildiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5/a, 5/b, 5/e, 7/a, 7/c-8, 13 üncü ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**57)**

**Dosya No: 2015/1609**

**Şikayet Edilen: Point Yurt Dışı Eğitim Danışmanlığı Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.pointyurtdişiegitim.com](http://www.pointyurtdişiegitim.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Gorajde Üniversitesi Türkçe Eğitim Fırsatı!!! Dünyanın ilk 500 üniversitesine 3. Sınıftan sonra geçip oradan mezun olma imkanı!!! (…) Dilerseniz okulunuz bitince TUS sınavına girmeden Almanya’da uzmanlık yapabilme imkanı!!!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu Firmaya ait [www.pointyurtdişiegitim.com](http://www.pointyurtdişiegitim.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda; *“Gorajde Üniversitesi Türkçe Eğitim Fırsatı!!! Dünyanın ilk 500 üniversitesine 3. Sınıftan sonra geçip oradan mezun olma imkanı!!! (…) Dilerseniz okulunuz bitince TUS sınavına girmeden Almanya’da uzmanlık yapabilme imkanı!!!”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte firma tarafından yollanan cevabi yazıda, ilgili iddiaların, hukuken kabul edilebilir herhangi bir delille ispatlanmadığı; dolayısıyla 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, 7/5-b, 9/4 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**TEKNOLOJİ**

**58)**

**Dosya No: 2015/1916**

**Şikayet Edilen: Gold Teknoloji Marketleri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Gold Teknoloji- Petrol Ofisi işbirliği ile gerçekleştirilen ***“Positive Card ile yapılan alışverişe Petrol Ofisinden yakıt hediyesi”*** şeklindeki kampanya kapsamındaki reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İlan

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketiciye gönderilen ve söz konusu kampanya reklamlarının hangi tarihler arasında yayınlandığı bilgisi ve varsa reklam örneklerinin tarafımıza gönderilmesi talebini içeren elektronik posta yazısına herhangi bir dönüş yapılmadığı, diğer taraftan firma tarafından gönderilen kampanyaya ilişkin ilan örneklerinde “yüklendikten sonra bir ay içerisinde kullanılmayan yakıtlar geri alınacaktır” bilgisinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Gold Teknoloji- Petrol Ofisi işbirliği ile gerçekleştirilen positive card ile yapılan alışverişe Petrol Ofisinden 100 TL yakıt hediyesi şeklindeki kampanya kapsamında başvuru sahibi tüketicinin kampanya koşullarına uygun olarak kampanyaya katılımının sağlandığının anlaşıldığı, bu nedenle söz konusu kampanya kapsamında yayınlanan reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2016/63**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Başvuru sahibi tüketici tarafından gönderilen fatura örneğinde 24,90 tutarında navlun adı altında bedelin tüketiciden tahsil edildiği görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Kliksa İç ve Dış Ticaret A.Ş. isimli firmaya ait www.kliksa.com adresli internet sitesinde başvuru sahibi tüketicinin satın almış olduğu kol saatinin kargo ücreti 3,90 olarak belirtilmesine rağmen 24,90 TL tutarında ücret tahsil edildiği iddia edilmesine rağmen kargo ücretinin 3,90 TL olarak belirtildiği reklam örneklerinin gönderilmemiş olduğu, diğer taraftan firma tarafından gönderilen ve tüketicinin satın alma işleminden önce onaylamış olduğu mesafeli satış sözleşmesi ön bilgilendirme formunda kargo ücretinin 24,90 TL olarak açıkça belirtildiği,bu nedenle inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2016/91**

**Şikâyet Edilen: Ba Life Pazarlama Reklam Org. Tic. ve Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklam: *“Uçur Beni Android TV”*** isimli kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından düzenlenen kampanya kapsamında belirli modellerde Philips marka televizyon alanlara yurt dışı gidiş dönüş uçak bileti hediye edileceği, kampanya şartlarının [www.ucurbeniandroidtv.com](http://www.ucurbeniandroidtv.com) adresli internet sitesinde yayınlandığı, kampanyanın satın alınan ürünün modeline göre “Silver (4900-5500 serisi), Gold (6000 serisi) ve Platinum (7000-8000 serisi)” olmak üzere üç segmentte yürütüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yapılan incelemede, kampanya şartlarının [www.ucurbeniandroidtv.com](http://www.ucurbeniandroidtv.com) adresli internet sitesinde yayınlandığı, kampanyanın satın alınan ürünün modeline göre “Silver (4900-5500 serisi), Gold (6000 serisi) ve Platinum (7000-8000 serisi)” olmak üzere üç segmentte yürütüldüğü, tüketicinin satın almış olduğu ürünün 6000 serisi olduğu ve Gold isimli paket kapsamında olduğu, tüketici tarafından ürünün satın alınması sırasında 2 kişilik uçak bileti hediye edileceği belirtilmesine rağmen kampanya şartlarının 1 kişilik uçak bileti hediye edilecek şekilde düzenlendiğinin iddia edildiği, ancak paketin şartlarına bakıldığında 2 kişilik gidiş-dönüş uçak bileti kazanılacağının kampanya şartlarında açıkça belirtildiği, tüketicinin başvuru ekinde yolladığı kampanya şartlarının Silver (4900-5500 serisi) isimli pakete ilişkin olduğu, bu paketin 1 kişilik gidiş-dönüş uçak bileti vaadini içerdiği, dolayısıyla tüketicinin yararlanacağı pakete değil bir alt pakete ilişkin olduğu, ayrıca kampanya düzenleyicisi tarafından tüketiciye 2 kişilik gidiş dönüş uçak bileti teklifi yapıldığı, buna ilişkin belgelerin gönderildiği, ayrıca tüketici tarafından formda yer alan her iki tüketici ismi hanesine de aynı ismin yazıldığı,

Diğer taraftan başvuruda kampanya şartlarının 8. maddesinde yer alan ifadeden, fatura aslı gönderilmezse kampanyaya katılımın gerçekleşmeyeceği anlamının çıkmadığının iddia edildiği, söz konusu maddenin “Katılım Koşulları” başlığı altında 8. maddede yer aldığı, bahsi geçen maddede katılımcıların fatura aslını göndermeleri gerektiğinin belirtildiği, dolayısıyla kampanyaya katılımın gerçekleşebilmesi için katılım koşulları arasında sayılan bu şartın yerine getirilmesi gerektiği, ancak dosyanın incelenmesinden bu koşulun tüketici tarafından yerine getirilmediğinin (aslının ya da nüshasının gönderilmediğinin) anlaşıldığı, ayrıca tüketicilerin kampanyadan yararlanması için kampanya koşullarını kabul etmesi gerektiğinin kampanya şartlarının 26. maddesinde belirtildiği,

Uçuş teklifinin kampanya düzenleyicisi tarafından anlaşmalı havayollarının uygunluk durumuna göre belirleneceği, katılımcının havayolu firması seçme hakkının olmadığı ve havalimanı vergileri, diğer harç ve ek ödemelerin uçuş teklifini kabul eden katılımcı tarafından ödenmesi gerektiği, uçaklardaki doluluk oranı, yerel tatiller, fuarlar gibi kısıtlamalar nedeniyle katılımcılara 2. ya da 3. tercihlerine ait uçuş teklifi yapılabileceği gibi hususların kampanya şartlarında açıkça belirtildiği, her ne kadar uçuşların aktarmalı olabileceğine dair kampanya şartlarında bir bilgiye yer verilmemiş ise de uçuşların tamamının direkt uçuş olacağına dair bir taahhüdün de yer almadığının görüldüğü, ayrıca tüketici tarafından kampanya katılımı gerçekleşmeden ve vergi, harç vb. yükümlülükler için herhangi bir ödeme yapılmadan önce uçuş teklifinin kendisine sunulduğu, bu teklifte uçuşun aktarmalı ya da aktarmasız olduğunun ve hangi havalimanları üzerinden gerçekleştirileceğinin belirtildiği, tüketicinin bu bilgileri değerlendirmek suretiyle kampanyaya katılıp katılmayacağına karar verebildiği,

Sonuç itibariyle söz konusu kampanyanın belirli televizyon modellerini satın alan tüketicilerin kampanya katılım koşullarını ve kendilerine kampanya düzenleyicisi tarafından sunulan uçuş teklifini kabul etmek kaydıyla isterlerse yararlanabilecekleri bir kampanya olduğu, dolayısıyla belirtilen şartları kabul ederek kampanyadan yararlanmanın ya da kampanyanın yeterince avantajlı olmadığını düşünerek yararlanmamanın tüketicinin kendi tercihi olduğu, ayrıca dosyada yer alan bilgi, belgeler, kampanya düzenleyicisi ile tüketici arasında gerçekleşen yazışmalar, kampanya katılım koşulları ve yukarıda ayrıntılı olarak belirtilen hususlar göz önüne alındığında söz konusu kampanyanın, ulaştığı ortalama tüketicinin ya da yöneldiği grubun ortalama üyesinin mal veya hizmete ilişkin ekonomik davranış biçimini önemli ölçüde bozduğu veya önemli ölçüde bozma ihtimali olduğu kanaatine **varılamadığı**, dolayısıyla söz konusu durumun haksız ticari uygulama oluşturmadığı ve kampanya şartlarının yanıltıcı olmadığı, bu nedenle söz konusu ticari uygulamanın ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci ve 62 nci maddesi hükümlerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**61)**

**Dosya No: 2015/1778**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Opel”*** marka ***“Astra Sedan”*** model ***“1.4 Sport 140 HP TURBO”*** özelliklerine sahip araca ilişkin olarak [www.opel.com.tr](http://www.opel.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**General Motors Türkiye Ltd. Şti. tarafından satışı yapılan ***“Opel”*** marka ***“Astra Sedan”*** model ***“1.4 Sport 140 HP TURBO”*** özelliklerine sahip araca ilişkin olarak [www.opel.com.tr](http://www.opel.com.tr) adresli internet sitesinde, aracın standart donanımına “Ön Park Sensörü” nün dahil olduğu bilgisinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** General Motors Türkiye Ltd. Şti. tarafından satışı yapılan ***“Opel”*** marka ***“Astra Sedan”*** model ***“1.4 Sport 140 HP TURBO”*** özelliklerine sahip araca ilişkin olarak [www.opel.com.tr](http://www.opel.com.tr) adresli internet sitesinde, aracın standart donanımına “Ön Park Sensörü” nün dahil olduğu bilgisi yer almasına rağmen, başvuru sahibi tüketicinin 28.09.2015 tarihinde satın almış olduğu araçta bahsi geçen donanımın yer almadığı, diğer taraftan firmanız tarafından yapılan açıklamada Ağustos 2015 tarihinden önce üretilmiş araçlarda “ön park sensörünün” standart donanımda yer almadığı belirtilse de bu hususa ilişkin bilgilendirmenin internet sitesinde yer almaması nedeni ile 28.09.2015 tarihinde Nisan 2015 üretimli aracı satın alan başvuru sahibi tüketicinin eksik bilgilendirilmiş olduğu, bu nedenle söz konusu tanıtımların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 inci, 18 inci ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TURİZM**

**62)**

**Dosya No: 2015/1795**

**Şikayet Edilen:** **İnortaş Turizm San. ve Tic. A.Ş. (Laphetos Beach Resort & Spa)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Laphetos Beach Resort & Spa”***isimli tesise ilişkin olarak <http://laphetoshotel.com>, [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet siteleri ile tesise ait faturada yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.08.2015, 07.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, fatura

**Tespitler:** İnortaş Turizm San. ve Tic. A.Ş.’yeait ***“Laphetos Beach Resort & Spa”*** isimli turizm işletmesinin 4 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 05.08.2014 tarihinde iptal edilmesine ve söz konusu tesisin ilgili Bakanlık tarafından 01.10.2015 tarihinde 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, <http://laphetoshotel.com>, [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinin 07.01.2016 tarihli görünümlerinde ve tesise ait 22.08.2015 tarihli ve 146557 sıra nolu faturada söz konusu işletmenin ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnortaş Turizm San. ve Tic. A.Ş.’yeait ***“Laphetos Beach Resort & Spa”*** isimli turizm işletmesinin 4 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 05.08.2014 tarihinde iptal edilmesine ve söz konusu tesisin ilgili Bakanlık tarafından 01.10.2015 tarihinde 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi ile belgelendirilmiş olmasına karşın, <http://laphetoshotel.com>, [www.otelz.com](http://www.otelz.com), [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinin 07.01.2016 tarihli görünümlerinde ve tesise ait 22.08.2015 tarihli ve 146557 sıra nolu faturada söz konusu işletmenin ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

**63)**

**Dosya No: 2016/36**

**Şikayet Edilen:** **Saygın Turizm Tic. İşl. ve Yat. San. A.Ş. (Blue Night Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Blue Night Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.hotelbluenight.com](http://www.hotelbluenight.com), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.blue-night-hotel.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.blue-night-hotel.alanyahotelsturkey.net/tr/) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Saygın Turizm Tic. İşl. ve Yat. San. A.Ş.’yeait ***“Blue Night Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.hotelbluenight.com](http://www.hotelbluenight.com), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.blue-night-hotel.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.blue-night-hotel.alanyahotelsturkey.net/tr/) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Saygın Turizm Tic. İşl. ve Yat. San. A.Ş.’yeait ***“Blue Night Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.hotelbluenight.com](http://www.hotelbluenight.com), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.blue-night-hotel.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.blue-night-hotel.alanyahotelsturkey.net/tr/) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

**64)**

**Dosya No: 2016/37**

**Şikayet Edilen:** **İntermet İnş. Tic. Ltd. Şti. (Litore Resort Hotel & Spa)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Litore Resort Hotel & Spa”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), https://tr.hotels.com/, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), www.hotel-tatil.com ve www.ucuzgit.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İntermet İnş. Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Litore Resort Hotel & Spa”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), https://tr.hotels.com/, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), www.hotel-tatil.com ve www.ucuzgit.com adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İntermet İnş. Tic. Ltd. Şti..’ye ait ***“Litore Resort Hotel & Spa”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), https://tr.hotels.com/, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), www.hotel-tatil.com ve www.ucuzgit.com adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**65)**

**Dosya No: 2016/38**

**Şikayet Edilen:** **Özoğuzlar Tur. Gıda Teks. Emlak Tem. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Kleopatra Blue Hawaii Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Özoğuzlar Tur. Gıda Teks. Emlak Tem. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Kleopatra Blue Hawaii Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), www.otelz.com, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), www.agoda.com ve www.heryerdentatil.com adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Özoğuzlar Tur. Gıda Teks. Emlak Tem. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Kleopatra Blue Hawaii Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), www.otelz.com, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com), www.agoda.com ve www.heryerdentatil.com adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Özoğuzlar Tur. Gıda Teks. Emlak Tem. İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**66)**

**Dosya No: 2016/39**

**Şikayet Edilen:** **Alacabel Otelcilik Pet. İnş. Tar. Tur. ve Tic. Ltd. Şti. (Concordia Celes Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Alacabel Otelcilik Pet. İnş. Tar. Tur. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Concordia Celes Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.concordiaceles.com, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), www.trivago.com.tr ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Alacabel Otelcilik Pet. İnş. Tar. Tur. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Concordia Celes Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.concordiaceles.com, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), www.trivago.com.tr ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“5 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**67)**

**Dosya No: 2016/41**

**Şikayet Edilen:** **Hasan TEMİZ (Temiz Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Temiz Otel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), https://tr.hotels.com, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Hasan TEMİZisimli şahsa ait ***“Temiz Otel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), https://tr.hotels.com, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Hasan TEMİZisimli şahsa ait ***“Temiz Otel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), https://tr.hotels.com, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Hasan TEMİZ (Temiz Otel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2016/43**

**Şikayet Edilen:** **Ergün Tur. Yat. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Ergün Otel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Ergün Tur. Yat. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Ergün Otel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Ergün Tur. Yat. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Ergün Otel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Ergün Tur. Yat. 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.

**69)**

**Dosya No: 2016/46**

**Şikayet Edilen:** **Aydın DEMİRCİ (Belle Ocean Apart Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Aydın DEMİRCİ isimli şahsa ait ***“Belle Ocean Apart 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.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Aydın DEMİRCİ isimli şahsa ait ***“Belle Ocean Apart 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.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Aydın DEMİRCİ (Belle Ocean Apart Hotel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2016/55**

**Şikayet Edilen:** **Emir Can Otelcilik İnş. Emlak Tur. ve Tic. Ltd. Şti. (Acar Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Acar Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.acarhotel.com/tr/](http://www.acarhotel.com/tr/), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), <https://tr.hotels.com>, [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Emir Can Otelcilik İnş. Emlak Tur. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Acar Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.acarhotel.com/tr/](http://www.acarhotel.com/tr/) adresli internet sitesinde ***“4 Yıldızlı Otel”*;**[www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), <https://tr.hotels.com>, [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ise ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Emir Can Otelcilik İnş. Emlak Tur. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Acar Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.acarhotel.com/tr/](http://www.acarhotel.com/tr/) adresli internet sitesinde ***“4 Yıldızlı Otel”*;**[www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), <https://tr.hotels.com>, [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ise ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

**71)**

**Dosya No: 2016/57**

**Şikayet Edilen:** **Nejdet ŞEKER (Murat Hotel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Nejdet ŞEKER isimli şahsa ait ***“Murat 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.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nejdet ŞEKER isimli şahsa ait ***“Murat 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.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Nejdet ŞEKER** **(Murat Hotel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2016/58**

**Şikayet Edilen:** **C.A. Tur. Tic. İnş. Taah. ve San. Ltd. Şti. (Hotel La Mosae)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Hotel La Mosae”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.hotel-la-mosae.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.hotel-la-mosae.alanyahotelsturkey.net/tr/), [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** C.A. Tur. Tic. İnş. Taah. ve San. Ltd. Şti.’ye ait ***“Hotel La Mosae”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.hotel-la-mosae.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.hotel-la-mosae.alanyahotelsturkey.net/tr/), [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** C.A. Tur. Tic. İnş. Taah. ve San. Ltd. Şti.’ye ait ***“Hotel La Mosae”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.hotel-la-mosae.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.hotel-la-mosae.alanyahotelsturkey.net/tr/), [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) ve [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

**73)**

**Dosya No: 2016/59**

**Şikayet Edilen:** **Livane Otelcilik Tur. İnş. Emlak San. ve Tic. Ltd. Şti. (Livane Apart Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Livane Apart Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com) ve www.agoda.com adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Livane Otelcilik Tur. İnş. Emlak San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Livane Apart Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve www.agoda.com adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Livane Otelcilik Tur. İnş. Emlak San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Livane Apart Hotel”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı Turizm İşletmesi Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve www.agoda.com adresli internet sitelerinde ***“3 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

- 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 **Livane Otelcilik Tur. İnş. Emlak 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.

**74)**

**Dosya No: 2016/61**

**Şikayet Edilen:** **Erol ÖZCAN (Huzuray Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Huzuray Otel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr), [www.neredekal.com](http://www.neredekal.com) ve [www.huzuray-otel.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.huzuray-otel.alanyahotelsturkey.net/tr/) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Erol ÖZCAN isimli şahsa ait ***“Huzuray Otel”*** 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.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“1 Yıldızlı Otel”***;[www.huzuray-otel.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.huzuray-otel.alanyahotelsturkey.net/tr/) adresli internet sitesinde ise ***“2 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Erol ÖZCAN isimli şahsa ait ***“Huzuray Otel”*** 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.neredekal.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde ***“1 Yıldızlı Otel”***;[www.huzuray-otel.alanyahotelsturkey.net/tr/](http://www.huzuray-otel.alanyahotelsturkey.net/tr/) adresli internet sitesinde ise ***“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 **Erol ÖZCAN (Huzuray Otel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**75)**

**Dosya No: 2015/1405**

**Şikayet Edilen: Bebek Yaşam Ürünleri İth. İhr. San. Ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu [www.bebekyasam.com.tr](http://www.joker.com.tr) adresli internet sitesinde “*Besafe iZi Combi X4 ISOfix*” isimli ürüne ilişkin olarak; *“****Avrupa’da kabul görmüş ADAC, EURO-NCAP, Plus Test, TCS, Stiftung Warentest’lerde en iyi sonucu alarak Test Winner oldu****.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu [www.bebekyasam.com.tr](http://www.joker.com.tr) adresli internet sitesinde “*Besafe iZi Combi X4 ISOfix*” isimli ürüne ilişkin olarak; *“****Avrupa’da kabul görmüş ADAC, EURO-NCAP, Plus Test, TCS, Stiftung Warentest’lerde en iyi sonucu alarak Test Winner oldu****.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, söz konusu testlerde başarılı sonuçlar alan firmalara “Test Winner” unvanı veriliyor olsa dahi, bu unvanın en iyi sonucu alarak elde edildiği yönündeki iddianın somut, hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı, dolayısıyla ilgili ifadelerin gerçeği yansıtmadığı değerlendirilmiş olup, tüketicilerin satın alma kararını etkileyen ilgili tanıtımların aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bebek Yaşam Ürünleri İth. İhr. 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.

**76)**

**Dosya No: 2016/186**

**Şikayet Edilen: Öge Mağazacılık Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Herşey Etiketin Yarısı Son İndirim”*** ifadelerini içeren afişler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş

**Tespitler:** Firmaya ait Erbil SÜEL isimli mağazanın Manisa’da bulunan şubesinde vitrine yerleştirilen tanıtım afişinde, “***Her Şey Etiketin Yarısı Son İndirim****”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait Erbil SÜEL isimli mağazanın Manisa’da bulunan şubesinde vitrine yerleştirilen tanıtım afişinde, “***Her Şey Etiketin Yarısı Son İndirim****”* şeklinde ifadelere yer verilmesine karşın, etiket fiyatı 109,99-TL olan ayakkabının tüketiciye 70-TL fiyata satıldığı, bununla birlikte mağaza çalışanları tarafından verilen bilgide söz konusu indirimin tüm ürünlerde geçerli olmadığının belirtildiği, bu durumun reklam afişinde belirtilen “Her Şey Etiketin Yarısı Son İndirim” ifadesi ile çeliştiği, alışveriş yapan tüketicinin seçmiş olduğu ürünün indirim kapsamına girmediğinden dolayı söz konusu indirimden faydalanamadığı, dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararını etkileyen, tüketicileri yanlış yönlendirici, aldatıcı ve yanıltıcı olan bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/4, 14/1, 14/2 ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**77)**

**Dosya No: 2016/566**

**Şikayet Edilen: Uğur Eğitim Hizmetleri ve Pet. Ürn. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.balgatugur.com](http://www.balgatugur.com) adresli internet sitesinde yayınlanan “*Amerika’da Ücretsiz Dil Eğitimi”* başlıklı tanıtımlarda;*“ Uğur Liseleri ve Mentora Dil Okulu işbirliğiyle öğrenciler 9. Sınıftan itibaren her yaz 1 ay boyunca Amerika’da ücretsiz İngilizce eğitimi alıyor! Tüm seviyeler için verilen derslerle Uğur’lular Dünya vatandaşlığına ilk adımı atıyor. 9. Sınıftan itibaren Uğur’lu olan tüm öğrencilerimiz, Washington’daki Mentora Dil Okulu’nda 1 ay ücretsiz İngilizce öğrenebilecek. Öğrencilerimiz kendileri için uygun gördükleri dönemi belirleyip bütün yaz dönemi boyunca devam edecek derslere katılabilecek.*“ ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Uğur Eğitim Hizmetleri ve Pet. Ürn. Tic. Ltd. Şti. tarafından [www.balgatugur.com](http://www.balgatugur.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* OYBİRLİĞİYLE** karar verilmiştir

**78)**

**Dosya No: 2016/599**

**Şikayet Edilen: Zingat Gayrimenkul Bilgi Sistemleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Türkiye’nin ilk ve tek akıllı emlak sitesi”***ifadesini içeren tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür, açık hava, radyo

**Tespitler:** Firmaya ait açık hava ilanları ve broşürler ile muhtelif radyo kanallarında yayınlan tanıtımlarda; “*Türkiye’nin ilk ve tek akıllı emlak sitesi”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait açık hava ilanları ve broşürler ile muhtelif radyo kanallarında yayınlan tanıtımlarda; “*Türkiye’nin ilk ve tek akıllı emlak sitesi”* ifadesine yer verildiği, bununla birlikte muhtelif emlak sitelerinde firmaya ait internet sitesinde sunulan hizmetlerin benzerlerinin hali hazırda sunulmakta olduğu, dolayısıyla ilgili tanıtımlarda bahsi geçen, ispata muhtaç, “…ilk ve tek” olma iddiasının hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanmadığı, dolayısıyla tüketiciler üzerinde Türkiye’nin ilk ve tek akıllı emlak sitesi olunduğu algısının oluşturulduğu ve bu sebeple tüketicileri yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Zingat Gayrimenkul Bilgi Sistemleri 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: 2015/82**

**Şikâyet Edilen: Deniz TOSUN**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“Syn …. Tebrikler! Tüm kredi kartı aidatlarınızı ve kredi dosya masraflarınızı 10 yıl geriye dönük almaya hak kazandınız hemen arayın 02129850090*”**ifadelere yer verilen kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** 22.12.2014 tarihli kısa mesajlarda, *“Syn …. Tebrikler! Tüm kredi kartı aidatlarınızı ve kredi dosya masraflarınızı 10 yıl geriye dönük almaya hak kazandınız hemen arayın 02129850090*”şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kısa mesajda yapılan tanıtımlarda bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı iade ve 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/şahıs tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi kartı aidatı ve dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel danışmanlık/aracılık hizmeti sunulduğu;

Söz konusu yasal süreçlerin avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının herhalükarda yasak olması nedeniyle haksız rekabete neden olunduğu;

Tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri tarafından, incelemeye alınan dosyalar hakkında somut olayın özelliklerine göre ayrı ayrı değerlendirme yapılmasına ve somut olaya göre her tüketicinin değil, iade işlemine hak kazanan tüketicilerin lehine karar verilmesine 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;

- İnceleme konusu tanıtımların yayınlandığı dönem yürürlükte bulunan (mülga) Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygula Esaslarına Dair Yönetmeliği’nin 5, 7, 13 ve 21 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**80)**

**Dosya No: 2015/99**

**Şikâyet Edilen: Orhun TÜRKOĞLU**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** www.dosyamasrafim.com/tr/ adresli internet sitesinde bankalar tarafından tahsil edilen dosya masraflarının iadesine yönelik olarak yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.dosyamasrafim.com/tr/adresli internet sitesinin 29.01.2015 tarihli görünümünde; “*Neden Biz*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“(DANIŞMANLIK FİRMASI DEĞİLİZ, İŞLEMLERİNİZİ AVUKATLARIMIZ YÜRÜTMEKTE VE NETİCELENDİRMEKTEDİR.) Bu prosedürlerin çoğu zaman vatandaşlar açısından uğraş isteyen, az da olsa hukuki bilgi gerektiren ve zaman alan bir süreçtir. Tüketiciler kimi zaman süreci takip etme açısından güçlük yaşamakta kimi zaman ise bilgi eksikliği kaynaklı mağduriyet yaşayabilmektedirler ve maalesef bu sebeple hak kaybına dahi uğrayabilmektedirler. Bizlerin sizlere sunduğu hizmet ise; siz tüketicilerden yapılan kesintilerin iadesi alanında çalışan anlaşmalı uzman avukatlar ile sizlerin adına işlemleriniz takip edilmekte ve sürecin sonunda tarafınızdan haksız olarak alınan masraflar %10 KOMİSYON KARŞILIĞINDA SİZLERE İADE EDİLMEKTEDİR. Bu süreç Hakem/Tüketici Mahkemeleri’nin İnceleme süresi, evrakların banka tarafından gönderilmesi (Belge Durumunuz) ve Hakem Heyetleri/Tüketici Mahkemeleri‘nin kararlarının icra süreci aşamaları 2-6 ay arası zaman almaktadır. Neden Ücretsiz? Sizlerin adına açılan davalar neticelendirildiğinde ilgili mahkeme/hakem heyeti tarafından avukat ile temsil olunmanız dolayısı ile davalı banka aleyhine vekâlet ücreti hükmedilmektedir, bu sebeple sizlerden peşin olarak hiçbir şekilde ücret talep etmiyor, sadece süreç neticelendirildiğinde masraflarınızın %10’u nispetinde komisyon alıyoruz. Zamanaşımı, bahsi geçen kredi türlerinden herhangi birinden geriye dönük 10 yıllık süre içerisinde tarafınızdan kesilen tüm ücretler Tüketici Kanununa göre iade alınabilmektedir. İletişim: 0545 670 57 02, 0212 416 18 87… kredi dosya masraflarınızı eksiksiz alıyoruz!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlarda 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 iddia edildiği gibi söz konusu yasal süreçlerin avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının herhalükarda yasak olması nedeniyle haksız rekabete neden olunduğu;

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 8” maddeleri,

- Reklam Yasağı Yönetmeliği’nin 8, 9 ve 11 inci maddeleri,

- 1136 sayılı Avukatlık Kanunu’nun 55 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**81)**

**Dosya No: 2015/101**

**Şikâyet Edilen: Hasan ÖNEN**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** www.kredimasrafiadesi.com/tr/ adresli internet sitesinde bankalar tarafından tahsil edilen kredi dosya masraflarının iadesine yönelik olarak yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kredimasrafiadesi.com/tr/ adresli internet sitesinin 14.10.2015 tarihli görünümünde; “Dosya Masrafını Nasıl Geri Alırım” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Kredi dosya masrafı iadesi nasıl alınır? Kredi dosya masrafı alabilmek için, öncelikle bankanın sizden kredi dosya masrafı aldığından emin olmamız gerekmektedir. Yani, kredi kullanırken ödediğimiz tüm masraflar  dosya masrafı kategorisine girmemektedir. Genel olarak, dosya masrafı kredi kullanırken, karşılığında ne tür bir hizmet aldığımızı bilmeden ödediğimiz tutarlardır diyebiliriz. Ancak bu kapsamda, hayat sigortası ücreti, ekspertiz ücreti, ipotek tesis ücreti ve erken kapatma cezası gibi bedeller kredi dosya masrafı kapsamında değerlendirilemez ve bu ücretlerin iadesi mümkün değildir. Kullandığınız kredide bankaya dosya ücreti ödediğinizden eminseniz, yapmanız gereken tek şey bu ödemeyi belgelendirmek. Peki, kredi dosya masrafı nasıl belgelendirilir? Dosya masrafının belgesi, ödemeyi yaptığınızda banka tarafından size verilmiş olan dekontlardır. Dekontunuz yoksa bankaya başvurup, ilgili ödemeyi yaptığınıza dair dekontları talep edebilirsiniz. Bazı bankalar bu işlem için de ücret talep etmeye başlamış olsa da, kazanacağınız bir dava için bu ücreti vermekten çekinmeyin. Her durumda dekont almak için ödeyeceğiniz para dosya masrafı tutarından az olacağı için hala karda olacaksınız. Dosya masrafı tutarı belgelendirilmeden masraf iadesi alınamaz, hukuki olarak bir delile ihtiyaç vardır. Dosya masrafı dekontunun ıslak imzalı ya da kaşeli olmasına gerek yoktur, fotokopi ya da herhangi bir ekran görüntüsü dahi olabilir.  Belgem hazır, şimdi ne yapıyorum? Hukuki olarak sizi temsil edebilmemiz için noterden vekalet çıkarılmasına ihtiyacımız var.  Bu vekalet sizi korkutmasın, sadece hukuki temsil vekaleti.* ***Belgeleri ve vekaleti bize gönderin, hemen o hafta hukuki işlemlerinizi başlatalım. HEM DE  DAVA, AVUKATLIK YA DA BAŞKA HERHANGİ BİR MASRAF ALMADAN! Özetle yapmanız gereken tek şey belgeleri ve vekaleti bize ulaştırmak!!!*** *İletişim; 02125522758, 05532040254”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlarda 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 şahıs tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel danışmanlık hizmeti sunulduğu;

Söz konusu yasal süreçlerin avukat olarak şahısları veya bünyelerinde faaliyette bulunan avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının herhalükarda yasak olması nedeniyle haksız rekabete neden olunduğu;

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 8” maddeleri,

- Reklam Yasağı Yönetmeliği’nin 8, 9 ve 11 inci maddeleri,

- 1136 sayılı Avukatlık Kanunu’nun 55 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**82)**

**Dosya No: 2015/1209**

**Şikâyet Edilen: Fritolay Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm: “*Bu paketlerde milyonlarca bedava 1 Litre Pepsi seni bekliyor!*"** ve ***“Paketin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan anlaşmalı süpermarket veya hipermarkete giderek bedava 1 Litre Pepsi ödülünüzü alabilirsiniz!*”** başlıklı kampanyalara ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.06.2015 – 31.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kupon, Banner, Poster

**Tespitler:** Firma tarafından düzenlenen; “*Bu paketlerde milyonlarca bedava 1 Litre Pepsi seni bekliyor!*" ve “*Paketin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan anlaşmalı süpermarket veya hipermarkete giderek bedava 1 Litre Pepsi ödülünüzü alabilirsiniz!*” kampanyasına ilişkin reklamlarda cips paketlerinden çıkan kuponların promosyona katılan satış noktalarına götürmeleri karşılığında 1 litre ürünü almaya hak kazanacakları vaat edilmiş, anılan tanıtımların www.tyzt.com adresli internet sitesi, kupon, banner ve poster şeklindeki reklam mecralarında yayınlandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından düzenlenen kampanya dahilinde, satışa sunulan cipslerin hemen hemen her çeşit markette satılmasına rağmen, promosyon ürün olarak sunulan “1 litre Pepsi”nin çok sınırlı sayıda hiper ve süper marketlerde verildiği, tüketicilerin bu sebeple promosyon ürünü temin etmelerinin zora koşulduğu, kaldı ki ürünü temin edemediklerinde tüketicilerin firmaya ulaşmaları için sunulan müşteri hizmetleri numarası olarak sunulan 0800 291 10 11 numaralı telefonların da ulaşıma kapalı olduğu, bu sebeple kampanya süreci içerisinde tüketicilerin söz konusu firmaya ulaşım sağlayamadığı için promosyon ürün haklarını kaybettikleri,

Anılan tüketicinin, [www.sikayetvar.com](http://www.sikayetvar.com) adresli internet sitesinde paylaştığı şikayet üzerine firma tarafından tüketiciye ulaşıldığı ancak buna rağmen halihazırda tüketicinin mağduriyetini gidermek için herhangi bir işlem yapılmadığı;

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 15/1-b maddesinde yer alan; “*Reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması halinde, tüketiciye ayrıca promosyon olarak hediye mal veya hizmetlerin veya ikramiyelerin de verileceği belirtiliyorsa, hediye veya ikramiye olarak verilecek mal veya hizmetlerin miktarı, gerçek piyasa değeri ile bunların verilmesine ilişkin geçerlilik süresi açıklanır.”* hükmü gereği anılan promosyon ürünün gerçek piyasa değerinin veya tavsiye edilen satış fiyatının belirtilmesi gerektiği, ve dolayısı ile anılan kampanyanın tüketicileri yanıltıcı olduğu değerlendirilmiş olup,

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 15, 28 ve 29 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**83)**

**Dosya No: 2015/1248**

**Şikâyet Edilen: Sektörel Danışmanlık Merkezi ve Ürün Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (Bahattin CORUK)**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** *“TV 41”* logolu televizyon kanalı ve www.sektöreldanismanlik.com adresli internet sitesinde bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı ve dosya masraflarının iadesine yönelik olarak yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014-2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon - İnternet

**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 sizin ödediğinizi biliyor muydunuz? Her ay 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;

www.sektoreldanismanlikmerkezi.com adresli internet sitesinin 05.02.2015 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda; *"Değerli Tüketici, bugüne kadar vermiş olduğumuz hizmetlere bir yenisi& daha ilave ettik. Kredi kartı aidatı, hesap işletim ücreti, kredi dosya masrafları mağduru vatandaşlarımızın mağduriyetini gidermek için SEKTÖREL DANIŞMANLIK MERKEZI adı altında bir Proje geliştirdik. Projeyi yapma sebebimiz Devletimizin çıkarmış olduğu yasadan halkımızı haberdar ederek haklarını aramalar', bankalardan geriye dönük 10 Yıl "Kart aidat bedelini ve dosya masraflarını" Özel Elektrik Kurumlarında ise "Kayıp Kaçak Bedeli " ni geri almaları için bilgi aktarmaktı. Onlarca kanalda yayınlanan reklamlara, TV ve gazetelerde çıkan haberlere rağmen hala milyonlarca vatandaşımız mağdur ve vatandaşlarımız arasında hala bu konuda bilgi sahibi olmayan çok sayıda tüketici var. Basına yansıyan rakamlara göre bankaların iade etmesi gereken tutarın 25 Milyar TL olduğu ifade ediliyor. Biz ise reklamlarımızda bu para ile Türkiye'deki en ücra köşedeki köye dahi okul ve sağlık ocağı yapılır hem de birer Ambulans alınır dedik. Maalesef ülkemizde iyi yapılan her işi engelleyen/er olduğu gibi eminiz ki halkımızın menfaatine olan bu işte yolumuza taş koyanlar çıkacaktır. Biz ise bildiğimiz doğru yollardan tüm Kamuoyunu bilgilendirmeye devam edeceğiz.* ***SEKTÖREL DANIŞMANLIK MERKEZİ şu an üç******farklı şekilde bilgilendirme hizmeti yapmaktadır. 1. İnternet sitemizden "BAŞVURU******FORMLARINI" ücretsiz indirebilir, formdan doldurup ilgili kurumlara yollayabilirsiniz. 2.******İnternetten indiremiyorum, "BAŞVURU FORMLARINI" doldurmayı bilmiyorum bana******"BAŞVURU FORMLARINI" siz yollayın ve formları doldurmama yardımcı olun tercihini******seçebilirsiniz. 0212 925 26 60 numaralı telefondan bize ulaşabilir ve dosyaları adresinize******isteyebilirsiniz. Bu durumda adresinize gelen kargo görevlisine dosya, kargo ve çağrı merkezi hizmet gideri olarak KDV dahil sadece 19 TL ödeme yapmanız gerekecektir. 3. TV reklamlarını******izleyerek, bize başvuranlar "BAŞVURU FORMLARINI" yine benim bu parayı almaya******uğraşmaya vaktim yok, Tüm işlemleri siz takıp edin, dosya doldurmayı bilmiyorum. Bana bu******konuda hizmet verin diyen tüketicilere "BAŞVURU FORMLARINI" yolluyoruz. Ayrıca sadece******kredi kartı aidatı, dosya masrafları ve elektrik kayıp kaçak değil tüketicilerin menfaatine olan******gelişmelerden bir yıl boyunca telefon mesajı yoluyla haberdar edilecektir. Teslim aldığınız*** *dosyada formları doldururken yurdun alabileceğiniz telefon numarası mevcuttur. Bu numarayı**aradığınızda konusunda deneyimli danışmanlarımız size yardımcı olacaktır. Danışmanımıza**dosyanızda yazılı olan kod* ***numarasını ve adınızı ve soyadınızı söylemeniz kafi gelecektir. Bu Hizmetin Bedeli Kargo ve KDV dahil 89 TL'dir."*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu televizyon kanalı ve internet sitesinde yapılan tanıtımlarda bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı aidatı ve 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 iddia edildiği gibi söz konusu yasal süreçlerin avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının herhalükarda yasak olması nedeniyle haksız rekabete neden olunduğu;

Tüketici hakem heyetleri ve tüketici mahkemeleri tarafından, incelemeye alınan dosyalar hakkında somut olayın özelliklerine göre ayrı ayrı değerlendirme yapılmasına ve somut olaya göre her tüketicinin değil, iade işlemine hak kazanan tüketicilerin lehine karar verilmesine rağmen; Yargıtay 13. Hukuk Dairesi’nin aldığı bir takım kararlara atıf yapılmak suretiyle, söz konusu tanıtımlarda yer alan kesinlik bildiren ifadeler ile tüm 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;

-İnceleme konusu tanıtımların yayınlandığı dönem yürürlükte bulunan (mülga) Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygula Esaslarına Dair Yönetmeliği’nin 5, 7, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Sektörel Danışmanlık Merkezi ve Ürün Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti. (Bahattin CORUK)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**84)**

**Dosya No: 2015/1249**

**Şikâyet Edilen: Selçuk ÇELİK**

**Şikâyet Edilen Reklâm: *“Sayın Müşterimiz! Düzenli Ödemelerinizden Adınıza Tamamlanan Galaksy S6 Cep Telefonunuz ve 500 dk’nız için 0850 811 30 91 i Arayınız SMS iptali için bity.ly/IDBs5h5”*** ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** 09.11.2015 tarihli kısa mesajlarda, “*Sayın Müşterimiz! Düzenli Ödemelerinizden Adınıza Tamamlanan Galaksy S6 Cep Telefonunuz ve 500 dk’nız için 0850 811 30 91 i Arayınız SMS iptali için bity.ly/IDBs5h5 ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kısa mesajlarda yer alan ifadeler ile tüketicilerde hediye kazandıkları algısı yaratılarak tüketicilerin anılan mesajda yer alan numarayı aramaya yönlendirildiği, bu şekilde tüketicilerin yanıltıldığı ve aldatıldığı;

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 8” ve “B- Saldırgan Uygulamalar 5” maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**85)**

**Dosya No: 2015/1535**

**Şikâyet Edilen: Anıl KÜÇÜK (Atlantis Danışmanlık Reklam Pazarlama ve Çağrı Destek Hizmetleri)**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** Muhtelif tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014-2015

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** 01.12.2014 tarihli kısa mesajda; “*Kredi dosya masrafı ve kredi kartı aidatı iadenizi almanız için son gün! Başvuru için hemen arayın! 0 850 532 24 98”* şeklinde ifadelere ve 06.07.2015 tarihli kısa mesajda; “*Kredi dosya masrafı ve kredi kartı aidatı iadenizi almanız için son gün! Başvuru için hemen arayın! 0 850 532 19 17”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kısa mesajlarda yapılan tanıtımlarda bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı iade ve 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 şahıs tarafından münhasıran avukatlara ait olan bu yetkinin kullanılarak, tahsil edilen kredi dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel danışmanlık hizmeti sunulduğu;

Söz konusu yasal süreçlerin avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının herhalükarda yasak olması nedeniyle haksız rekabete neden olunduğu;

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 Uygula Esaslarına Dair Yönetmeliği’nin 5, 7, 13 ve 21 inci maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Anıl KÜÇÜK (Atlantis Danışmanlık Reklam Pazarlama ve Çağrı Destek Hizmetleri)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**86)**

**Dosya No: 2015/1538**

**Şikâyet Edilen: Vera Neva Haberleşme Teknolojileri Telekomünikasyon İletişim Yazılım Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.**

**Şikâyet Edilen Reklâm: “*Yeni Tüketici Yasasına Göre Bankalara Ödediğiniz Dosya Masrafları ve Kredi Kartı Aidatları Size Geri Ödenecektir. Başvuru İçin Hemen Arayın! 03129150999”***ifadelerini içeren kısa mesajlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Kısa mesaj

**Tespitler:** 17.11.2014 tarihinde tüketicilere gönderilen söz konusu kısa mesajlarda; “*Yeni Tüketici Yasasına Göre Bankalara Ödediğiniz Dosya Masrafları ve Kredi Kartı Aidatları Size Geri Ödenecektir. Başvuru İçin Hemen Arayın! 03129150999”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kısa mesajda yapılan tanıtımlarda bankalar tarafından tahsil edilen kredi kartı iade ve 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 kredi dosya masraflarının geri alınabileceğine ilişkin profesyonel danışmanlık hizmeti sunulduğu;

Söz konusu yasal süreçlerin avukatlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde ise avukatların reklam yapmalarının herhalükarda yasak olması nedeniyle haksız rekabete neden olunduğu;

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 Uygula Esaslarına Dair Yönetmeliği’nin 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 **Vera Neva Haberleşme Teknolojileri Telekomünikasyon İletişim Yazılım Hizmetleri Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**87)**

**Dosya No: 2015/1914**

**Şikâyet Edilen: Rüya Beril ÇETİNTAŞ**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** www.avukatruyaberil.com adresli internet sitesinde bankalar tarafından tahsil edilen kredi dosya masraflarının iadesine yönelik olarak yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.avukatruyaberil.com adresli internet sitesinin 08.01.2016 tarihli görünümünde; “*Çalışma Alanları – Yazılar – Kredi Dosya Masrafı İade* ” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“****Kredi dosya masrafı iadesi için bir bilene danışın****: Bilindiği gibi bankalardan kredi çekerken bireyler kredi dosya masrafı, komisyon, ekspertiz ücreti gibi o anda ödemeseler kredi çekmelerine engel olacak bir çok masrafı ödemek zorunda kalıyorlar.* ***Kredi dosya masrafı iade edilsin isteyenlerdenseniz doğru yerdesiniz.*** *Bu masraflar bir süredir tüketicilere iade edilmekte. Kredi dosya masrafı iadesi artık çok kolay! Son 10 yıl içinde çekmiş olduğunuz kredilere ilişkin olarak ödediğiniz kredi dosya masrafı iadesi için gerek hakem heyetlerine başvurarak gerekse mahkeme yoluyla geri alabilirsiniz. Hem kanunda bu konuda açık hükümler bulunmakta hem de Yargıtay, Hakem Heyetleri ve Mahkemeler bu konuda görüş birliğindeler. Yalnızca ticari kredilerin bu masrafları geri ödenmeyebilir ancak onun dışında çekilen tüm ihtiyaç kredisi, konut kredisi gibi kredilerde alınan gerekçesiz masraflar bir bir iade ediliyor. Kredi kartı aidatları ve hesap işletim ücretleri de bu iade kapsamı içinde.* ***Ne yapmam gerekir diye sormanıza gerek yok; Avukatınıza vekaletname vermeniz ve istenen gerekli evrakı temin etmeniz yeterli.*** *Kredi dosya masrafını vb. diğer giderleri geri almak için gerekli evraklar: noter onaylı vekaletname, kredi çekilen ve ödenen dönemleri gösterir hesap ekstresi ve dekontlar. Kredi dosya masrafı iadesi amacıyla hakem heyeti başvurusu için kullanabileceğiniz dilekçe örneği metnin sonunda yer almaktadır. Kırmızı alanları silerek kendi durumunuza göre yeniden düzenleyebilirsiniz. Bu dilekçenin durumunuza göre düzenlenmiş halini 3 nüsha halinde çıktı alıp imzalayarak arkasına nüfus cüzdanınız ve dekontlarınız ve bunların fotokopilerini ekleyerek heyet dosyanızı kendiniz de kolayca oluşturabilirsiniz.* ***Hakem heyetinden kendiniz başvuru yaparak aldığınız kararı Avukat Rüya Beril Çetintaş tarafınızdan ücret almaksızın icraya koymakta ve tahsil sonucu tarafınıza ödeme gerçekleştirmektedir. Herhangi bir hata ile kolayca hak kaybına uğramamak için avukat yardımı almanız menfatinizedir*** *”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlarda 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 ve fakat iddia edildiği gibi söz konusu yasal süreçlerin avukat olarak anılan şahıs aracılığı ile gerçekleştirilmesi halinde dahi avukatların reklam yapmalarının herhalükarda yasak olması nedeniyle haksız rekabete neden olunduğu;

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,

- Reklam Yasağı Yönetmeliği’nin 8, 9 ve 11 inci maddeleri,

- 1136 sayılı Avukatlık Kanunu’nun 55 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**88)**

**Dosya No: 2015/812**

**Şikayet Edilen:** **RTC Bilişim ve İletişim Teknolojileri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Markafoni TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Namaz öğreten zikir seccade”*** konulu reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.10.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Markafoni TV logolu televizyon kanalının 19.10.2014 tarihli yayın akışında; *“Hem dinimizde hem özümüzde ayrı bir yeri olan namaz, İslam alemi için büyük bir vazifedir. Müslim olan küçükten büyüğe herkesin kulluk vazifesi farz ibadetimiz namaz ibadetini yapmak şimdi daha kolay. Namaz ibadetini en doğru şekilde yerine getirmek ve çocuklarımıza dinimizin farzını öğretmek isteyenlere çok güzel bir haberimiz var. Sizleri namaz kıldıran ve en son teknoloji ile hazırlanan namaz öğreten zikir seccade ile tanıştırmaktan mutluluk duyuyoruz. 7 den 70 e herkese çok faydalı olacak bu buluşla evinizde ailece, dededen toruna ibadet etmenin hazzını yaşayacaksınız. Namaz kılmayı bilmeyen çocuğunuzun namaz kılmasını kolayca öğrenmesini sağlayacak, ona namazı sevdirecek, zaman zaman unutkan olabilen büyüklerimizin ibadetini daha rahat gerçekleştirebilmesine yardımcı olacaksınız. Birçok ailenin kullanmaya başladığı bu muhteşem ürünle ailenize huzur getirerek ailece ibadet etmenin hazzını hissedecek ve çocuklarınıza namazı öğretmenin heyecanını ve mutluluğunu yaşayacaksınız. Namaz kılmayı bilmeyen ama öğrenmek isteyenler sizlerde namaz kılarken doğrumu okudum tecvidim doğru muydu nerde hangi duayı okuyacaktım nerde selam verecektim diye artık düşünmeyeceksiniz. Bu muhteşem namaz öğreten zikir seccade sayesinde bu sıkıntılardan kurtulup namazınızı huzurlu bir şekilde eda edebileceksiniz. Evet yanlış duymadınız İslam alemi gelecek nesiller için bu namaz öğreten zikir seccadeyi tavsiye ediyor. Namaz kılmayı yeni öğrenen veya kılmak isteyen herkes için kullanılacak olan bu muhteşem namaz öğreten zikir seccadenin kullanımı oldukça kolay ve basittir…Herkes için kullanılacak bu cihazınızın üzerindeki tuşlar sayesinde vakti gelen namazı seçip sanki camide hoca eşliğinde eşsiz bir tilavetle ve müthiş bir makamla namazınız kılabilirsiniz. Bu namaz öğreten akıllı seccade surelerin sırasını öğreterek aynı zamanda dualarında ezberlenmesine yardımcı olur. Namaz vakti olmasa bile üzerindeki dua düğmesine basarak dua dinleyebilirsiniz. Okunan sure ve dualar ünlü hocaların sesi eşliğinde kurana uygun olarak mükemmel netlikteki sesiyle camide namaz kılıyormuş veya dua dinliyormuş hissi uyandırır. Çocuklarımızın islamı öğrenebilmeleri için onlara ne kadar zaman ayırabiliyoruz? Namaz öğreten zikir seccade namaza başlamasını, namazı öğrenmesini istediğimiz çocuklarımızın için de mükemmel bir hediyedir. Namaza yeni başlayan için bir yardımcıdır. Kaliteli ve son teknolojiyle üretilen bu ürünü tam verimi ile kullanabilmeniz için Türkçe kullanım kılavuzu da içindedir. Ürünümüzün yanında namaz hocası kitabı da hediye olarak geliyor bu kitapla abdestin nasıl alınışı ve namaz hareketlerini de kolayca öğrenebilirsiniz. Ürünümüzde okunan dualar ve sureler Kur’an’a uygun olarak sizler için özenle yüklenmiş ve özel olarak makamlara cami akustiği verildiği için sanki camideymiş hissi yaratır. Böylece köyde, kentte, evde, işyerinde kısacası her yerde daha huşulu bir şekilde namaz ibadetini eda edip feyz ve muhabbetin doruklarına varabilirsiniz…0 212 511 05 22”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan Firma tarafından söz konusu reklamlarda yer verilen ifadeler aracılığıyla tüketicilerin yönlendirildiği, ve fakat namaz, dua ve abdest almak gibi dini kavramları öğrenmenin kişiden kişiye değişkenlik ve istek gösterebileceği, dolayısıyla anılan ürüne ilişkin ifadelerde 7 den 70 e herkesin bu ürünle namazı öğrenebileceği, sevebileceği ve huşu içinde eda edebileceği iddialarının ispatlanamadığı, bununla beraber söz konusu ürünün en son teknoloji olduğu hususunun hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı, diğer yandan *“İslam alemi gelecek nesiller için bu namaz öğreten zikir seccadeyi tavsiye ediyor”* cümlesinden anlaşılacağı üzere İslam aleminin anılan ürünü nerede ve nasıl tavsiye ettiğini gösterir belgelerle ispatlanması gerektiği, ancak ispatlanamadığı,*“Kısa bir süre için 149 TL değil, 39 TL”* ibaresine yer verilerek, olduğundan fazla indirim yapılıyormuş gibi gösterilmek ve okunabilirlikten uzak olması suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve aldatıldığı değerlendirilmiş olup,

Tüm bu tanıtımların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlânlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5, 7, 8, 12/A, 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **RTC Bilişim ve İletişim Teknolojileri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2015/1188**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“KANAL T”* logolu televizyon kanalında yayınlanan ***“Einhell Dbk Motorlu Testere”*** adlı ürüne ilişkin tele-alışveriş reklamları

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** “KANAL T” logolu televizyon kanalının 18.01.2015 tarihli yayınında; *“Şu an bizi ekranları karşısında izleyen herkes lütfen dikkatle izlesin. İhtiyacı olan herkes testere sahibi olsun diye hırdavat dünyasından büyük kampanya. On binlerce kişinin tercih ettiği ve hala kullandığı EINHELL DBK MOTORLU TESTERE karşınızda. Ağaçlarınızı kesebileceğiniz, dallarını budayabileceğiniz ve kışlık odunları hazırlayabileceğiniz TÜRKİYEDE birçok kişinin tercih ettiği motorlu testere size bir telefon kadar yakın. TESTEREMİZİN HANGİ ÖZELLİKLERİ Mİ VAR? RİCA EDİYORUZ ŞİMDİ BİZİ ÇOK İYİ DİNLEYİN..! Bu motorlu testerenin gücü 52 cc dir. Üstelik pala boyu 50 cm dir. EINHELL DBK motorlu testere hem büyük hem de güçlüdür. Böyle bir testereyi herkesin alması için muazzam bir fiyat kampanyası başlattık. KAÇ PARA MI? DURUN BEKLEYİN fiyatını duyunca ÇOK ŞAŞIRACAKSINIZ. EINHELL DBK motorlu testereyi 349 lira yerine 279 liraya veriyoruz.* ***(sadece 279 TL)******Ama bir şartımız var.10 dakika içinde arayıp hattı düşürmeyi başarırsanız 279 liraya EINHELL DBK motorlu testereye sahip olacaksınız****. Böyle bir fiyata böyle bir testere yok.* ***Acele edin.*** *Testeremiz stoklarla sınırlıdır. Bu dünya markası motorlu testeremiz 2 yıl garantili, yaygın servis ağı ve CE belgeli Avrupa kalite standartlarına uygundur. Motorlu testeremiz rahat ve güvenli Kesim yapar.* ***En yüksek seviyede*** *güç ehemmiyet ve rahatlık sunar. En zor şartlarda bile rahatlıkla kullanabilirsiniz. Bahçede dağda, bayırda, ağaç üstünde, inşaatta, çatıda kısaca her türlü zor işlerde dahi motorlu testeremizi performanslı şekilde kullanabilirsiniz. Testeremiz 2 yıl garantilidir. Türkiye geneline yayılmış yetkin servis ağı ile satış sonrasında desteği en iyi şekilde sağlamaktadır. Peki EINHELL DBK motorlu testereye nasıl sahip olacaksınız? Çok kolay. Yapmanız gereken aşağıda görmüş olduğunuz telefon numarasını (0212 932 71 08 ) aramak.* ***10 dakika içinde arayıp hattı düşürmeyi başaran herkese EINHELL DBK motorlu testereyi******349 lira yerine 279 liraya*** *veriyoruz. Ürünümüz zinciri, eyesi, buji anahtarları ve tüm ekipmanları ile birlikte sizlere ulaşacaktır. Kışlık yakacak odunlarımızı artık çok kolay bir şekilde* ***zaman ve güç harcamadan*** *hazırlayabileceksiniz. Ağaç bakımı, kesimi ve budanmasında inşaat ve çatı yapımında hayatımızı kolaylaştıracak olan EINHEL DBK motorlu testere çok ekonomiktir. Tüm bu özellikleri ile motorlu testeremiz sizi hiçbir zaman yarı yolda bırakmaz. Gördüğünüz gibi EINHELL DBK motorlu testere sizin için* ***en kaliteli ve son teknoloji ile üretilmiş parçalardan*** *üretilmiştir. En zor şartlarda bile rahatlıkla kullanabilirsiniz. EINHELL DBK motorlu testereyi ormandaki ağaçların kesiminden meyve ağaçları ve zeytinliklerin gençleştirilmesine tüm budama işlemlerinizden kışlık yakacak odunların hazırlanmasına ve inşaat ve çatı yapımına kadar birçok alanda ihtiyacınızı karşılamanız için özel olarak üretilmiştir. EINHELL DBK motorlu testereyi 349 lira yerine KDV dahil 279 liraya bir telefonunuzla kapınıza kadar ulaştırıyoruz. EINHEL DBK motorlu testere ile çalışırken kullanım ömrü ve güvenliğinizde düşünülmüştür. Testeremiz sorunsuz ve rahat kesim sunarken zincir ve palanın kullanım ömrünü arttırır. Güvenli fren tertibatı, geri tepmeye karşı kullanıcı emniyetini en üst seviyeye taşır. EINHELL DBK motorlu testere ile kesim işlerinizi keyfe dönüştürün. EINHEL DBK motorlu testere alırken yetkili servis ve teknik desteği dert etmeyin. EINHELL DBK motorlu testere ile paranızın tam karşılığını alacaksınız. Lütfen paranızı çöpe atmayın. Garantisiz faturasız ve markasız ürünleri almayınız.* ***10 dakika içinde*** *arayıp hattı düşürmeyi başaran herkese EINHELL DBK motorlu testereyi* ***349 lira yerine 279 liraya veriyoruz****. Üstelik Türkiye’nin neresinden sipariş verirseniz verin testeremizi kapıya kadar gönderiyoruz. Stoklarla sınırlı hırdavat dünyasının bu kampanyasını sakın kaçırmayın…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan televizyon kanalında yapılan mevzuata aykırı reklamların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14, 27, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Etkin Doğrudan Satış Pazarlama ve Reklam San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**90)**

**Dosya No: 2016/169**

**Şikayet Edilen:** **Badana Reklam Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.sirinpembebulut.com> adresli internet sitesinde yer alan görüntüler ve ifadeler ile [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesinde anılan firmaya ait ürüne ilişkin görüntüler

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.02.2016, 23.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinin 15.02.2016 ve 23.03.2016 tarihli görünümlerinde; *“…*

*\*Zaza ayaklı mini poster: bizim asıl baba tarafı zaza dedi, kusura bakmazsan abi dedi küçük kümülüs bulutu, Alevilik var mı?...*

*\*Regl ayaklı mini poster: bu dönemde sinirli olması doğal…Bay ertesi gün hapı ayaklı mini poster: regl oldum!...*

*\*Bonzai içmiyorum çünkü: bonzai cool değil!...*

*\*Sihirsiz normal mantar…”* şeklinde ifadelere ve kafası kopmuş insan, elinde bıçaklı bulut gibi şiddet içeren görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde bahsedilen şekilde ifadelere ve kafası kopmuş insan, elinde bıçaklı bulut gibi şiddet içeren görüntülere yer verildiği, bu suretle;

Bonzai, mantar gibi ülkemizde satışı, tedariki, elde bulundurulması, tavsiyesi suç olan uyuşturucu maddesinin mizahi bir anlatım ve çizimlerle sevimli gösterildiği, bununla beraber içilmeme sebebinin yasal olarak mümkün olmadığı değil de, tercih sebebi olmadığı şeklinde tüketicilerin Kanunen yanlış bilgilendirildiği,

Sihirli mantarın yurtdışında bazı ülkelerde satımı ve içimi serbest olan “mantar” olarak yetiştirilen ve insanlar üzerinde kısa süreli ancak sağlığa zararlı şekilde sihirli etkilere sebep olduğu bilinen uyuşturucu maddesi olarak bilindiği; ve fakat ürün üzerinde üzgün suratlı mantara yer verilmek suretiyle “sihirsiz mantar” olarak adlandırıldığı ve mutlu ifadenin sihirli mantar ile elde edileceği algısı yaratılarak tüketicilerin sağlığına yönelik korumanın hiçe sayıldığı,

“Zazalık” ve “Alevilik” gibi tüketicilerin hassas olduğu konularda diyalog yapan bulutların görselini satışa sunmak suretiyle reklam ve tanıtımlarının yapılması ile mezhep ve siyasi görüş yönünden ayrımcılığa vurgu yapıldığı,

Büyüklerin yanında özellikle çocukların sevdiği bir karakter olan Unicorn (tek boynuz) isimli atın alkollü içecek aldığı izlenimi yaratılarak çocuklara kötü örnek olunduğu, bununla beraber alkollü içecek tanıtımının yasal olarak tüm mecralarda yasak olduğu,

Bununla beraber [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli internet sitesinde yayınlanan görüntülerde; *“Büyüklerini sevmiyorsun…isyan etmek istiyorsun…ama nasıl?...Peluş Molotof kokteyli!”* şeklinde ifadelere ve elinde oyuncaktan da olsa büyüklerine molotof kokteyli fırlatan (açık olarak çocuk olduğu değerlendirilebilen) mutsuz çocuk görseline yer verilmesi suretiyle çocukların; fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerinin olumsuz yönde etkilendiği; bu tarz bir ürünün satışa sunulduğu, ve fakat anılan firma tarafından çocukların (hukuken 18 yaşını doldurmamış bireyler) söz konusu siteden ürün alamayacağı beyan edilse de, anılan internet sitesinden kredi kartıyla ürün satışının serbest olduğu ve hali hazırda neredeyse tüm bankaların çeşitli çocuk yaş gruplarına yönelik kredi kartları sunduğu göz önüne alındığında çocukların anılan ürünleri elde etmesi hususunda herhangi bir önlem alınmadığı,

Bir diğer yandan, söz konusu firma tarafındana anılan ürünlerin yazara ait eserler olduğu hususunda ise, fikri mülkiyet haklarının Anayasa gereği Kanunla sınırlanabileceği göz önüne alındığında 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un temel amacı olan tüketicileri koruma kapsamında sanat eserlerinin internet sitesi üzerinden görsellerinin satışa sunulmak suretiyle tüketicilere ulusal bir mecra olan internet aracılığıyla ulaştırıldığı ve tanıtımlarının yapıldığı açık olup; salt sanat eseri olduğu iddia edilerek satışının ve tanıtımının yasaklanamayacağı hususunun hukuki anlamda bir geçerliliği olmadığı, 6502 sayılı Kanun gereği tüketicilerin ve çocukların korunması hususunun kamu yararı teşkil ettiği değerlendirilmiş olup;

Yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5, 7, 9, 24 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Badana Reklam Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2016/285**

**Şikayet Edilen:** **Mango TR Tekstil Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Anılan firma tarafından satışa sunulanceketin ve muhtelif benzer nitelikteki ürünlerin etiketlerinde yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat-Mart 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ürün etiketi

**Tespitler:** Anılan ceketin iç astar etiketinde %100 domuz derisi ibaresinin yer aldığı görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan Firma tarafından ürün kodu 108 women, referans no:43050024 C:08 olarak satışa sunulan ceketin ve muhtelif benzer nitelikteki ürünlerin SADECE iç astar etiketinde ve etiketin doğası gereği çok küçük puntolarla **%100 domuz derisi** olduğunun belirtildiği, bunun dışında ceketin ilk farkedilen ve üst kısmında yer alan büyük etiketi ile üzerinde asılı halde bulunan ve ilk bakışta tüketiciler tarafından görülecek yerde ve okunabilir boyutta olan etiketlerde ise salt “hakiki deri” ibaresinin yer alıp **“domuz” ibaresine yer verilmediği** anlaşılmıştır.

Bilindiği üzere 28/6/2014 Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin “Etiket bulundurma zorunluluğu” başlıklı 5 inci maddesinde düzenlenen; *“…(2) Etiket ve listelerde aşağıda yer alan hususların bulunması zorunludur: a) Malın üretim yeri, b) Malın ayırıcı özelliği, c) Malın tüm vergiler dâhil satış fiyatı, ç) Malın birim fiyatı…”* hükmü normal şartlar altında firmaların uyması gereken yasal bir zorunluluktur. Bununla beraber ayrıksı olarak 10/1/2015 tarihinde yürürlüğe giren Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; “Diğer hususlar” başlıklı 27 nci maddesinde; *“…(6) Reklamı yapılan bir malın içeriğinde, toplumun genel dini hassasiyetlerine aykırı bir bileşenin doğrudan veya dolaylı olarak kullanılması halinde, bu husus* ***reklamlarda açıkça*** *belirtilir.”* hükmü düzenlenmiştir. Anılan hüküm ile yanıltıcı ve aldatıcı olmasa dahi *toplumun genel dini hassasiyetlerini etkileyen* bu gibi durumlar karşısında tüketicilerin daha hassas bir şekilde korunması amaçlanmıştır.

Sonuç olarak *“%100 domuz derisi”* ibaresinin söz konusu ceketin ve benzer içerikli muhtelif ürünlerin; tüketicilerin satın alma kararını etkileyen ve ilk bakışta görülerek tüketicilerin ortalama algı düzeyine hitap eden ürün üzerindeki etiketlerde yasal olarak hükme bağlanmış olmasına rağmen **açıkça** yer verilmediği ve toplumun genel dini hassasiyetlerinin ihmal edildiği değerlendirilmiş olup;

Dolayısıyla yukarıda bahsi geçen tüm bu durumların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Mango TR Tekstil Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2016/481**

**Şikayet Edilen:** **MC Yayıncılık ve Reklam Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“MC TV”*** logolu televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Anılan televizyon kanalının 11.03.2016 tarihli yayınında; *“0212 709 50 10…2 alana 1 bedava…kolay pratik çıtçıtlı şal...üç adedi 49,90 TL…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan ifadeler aracılığyla “çıtçıtlı şal” şeklindeki ürünün Türk Patent Enstitüsü tarafından “faydalı model” olarak tescillenen sınai mülkiyet hakkının Est Marjinal Medikal Tanıtım ve İlet. San. Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait olmasına rağmen, firma tarafından yayınlanan reklamlarda anılan ürünün taklidinin piyasaya sunulmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve aldatıldığı, Est Marjinal Medikal Tanıtım ve İlet. San. Tic. Ltd. Şti. açısından da haksız rekabete neden olunduğu değerlendirilmiş olup;

Tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **MC Yayıncılık ve Reklam Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2016/483**

**Şikayet Edilen:** **MMC Yayıncılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“MC TV”*** logolu televizyon kanalında yayınlanan reklamlarda yer alan ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Anılan televizyon kanalının 13.03.2016 tarihli yayınında; *“0212 709 50 01…2 alana 1 bedava…kolay pratik çıtçıtlı şal...üç adedi 49,90 TL…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan ifadeler aracılığyla “çıtçıtlı şal” şeklindeki ürünün Türk Patent Enstitüsü tarafından “faydalı model” olarak tescillenen sınai mülkiyet hakkının Est Marjinal Medikal Tanıtım ve İlet. San. Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait olmasına rağmen, firma tarafından yayınlanan reklamlarda anılan ürünün taklidinin piyasaya sunulmak suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı ve aldatıldığı, Est Marjinal Medikal Tanıtım ve İlet. San. Tic. Ltd. Şti. açısından da haksız rekabete neden olunduğu değerlendirilmiş olup;

Tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 12, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **MMC Yayıncılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**4) DİĞER KONULARIN GÖRÜŞÜLMESİ**

**4.1) Dosya No: 2015/1374**

**Eczacıbaşı Hijyen Ürünleri San. ve Tic. AŞ’y**e ait[www.unibaby.com.tr](http://www.unibaby.com.tr) adresli internet sitesinde, ürün ambalajlarında ve Eylül 2015 döneminde muhtelif dergilerdeyayınlanan ***“Uni Baby Çamaşır Deterjanı”*** ve ***“Uni Baby Çamaşır Yumuşatıcısı”*** isimli ürün tanıtımlarına ilişkin olarak Reklam Kurulu’nun 08.03.2016 tarih ve 246 sayılı toplantısında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **110.110-TL idari para ve durdurma cezaları** uygulanmasına karar verilmiştir. Ancak, reklam veren firma tarafından İYUK 11 inci madde hükmü kapsamında söz konusu idari yaptırım kararının yeniden görüşülerek kaldırılması talebi 10.05.2016 tarihli ve 248 sayılı Reklam Kurulu toplantısında gündeme alınmıştır. Yapılan görüşme ve değerlendirmeler sonucunda anılan idari cezaya esas oluşturan reklam ve tanıtımların ilgili firmaya ait internet sitesi, ürün ambalajlarında ve muhtelif dergilerde yayınlandığı ve söz konusu tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine aykırılıkları sabit olduğu göz önüne alınarak, idari işlemin kaldırılmasına yönelik talebin reddedilmesine karar verilmiştir.