**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  20 Eylül 2016

**Toplantı Sayısı :** 252

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2016/484**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Tekno Kumbaranızdaki hediyenizi aldınız mı?”* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Mayıs-Haziran 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından hediye ürünlere ilişkin olarak eski ve yeni puan listeleri gönderilmiştir. Bununla beraber firma tarafından gönderilen reklam örneklerinde *“Türk Telekom Tekno Kumbara Programına İlişkin Esaslar”* adı altında firmanın zaman zaman puan güncellemesi yapabileceği bilgisinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.teknokumbara.com.tr](http://www.teknokumbara.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan “*Tekno Kumbaranızdaki hediyenizi aldınız mı?”* başlıklı reklamlara istinaden; tekno puan kullanım süresinin 2 yıl olduğu, tüketicilerin puanlarının artması için bu süreyi bekledikleri ancak sms ile sadece 15, internet ile 25 gün önceden tüketicilere gönderilen “*Değerli Müşterimiz, TEKNO KUMBARA programı 29.03.2016’da sona erecektir. TEKNO PARA'larınız 29.03.2016 tarihine kadar kullanmadığınız durumda silinecektir*” şeklindeki kısa mesajlarda kampanyanın sona erdirileceği bu sebeple 29.03.2016 tarihine kadar tekno kumbaradaki puanlarını kullanmadıkları taktirde silineceği, ve fakat bu esnada katalog yenilenmemesine rağmen anılan ürünlerin puanlarının arttırılarak tüketicilerin puanlarını kullanmasının önüne geçildiği,

Söz konusu puan güncellemesi ile “ödüllerden yararlanan katılımcı sayısında anlamlı bir değişiklik” olmadığı ifade edilmiş olsa da, “Archos Tablet” isimli ürün ile “Samsung Trend Plus Cep Telefonu” isimli ürün kampanyalarının puanları artırıldığında anılan kampanyalardan yararlanan tüketici sayısının yaklaşık %35-40 oranında azaldığı, bu oranın anlamlı bir değişikliği ifade ettiği,

Bu puan artırımının yapılabileceği hususunun *“Türk Telekom Tekno Kumbara Programına İlişkin Esaslar”* adı altında internet sitesinde yer aldığı ifade edilse de; puan güncelleme zamanının, tüketicilerin puan kazanma şansının kalmadığı kampanya döneminin bitmesine yakın olması nedeniyle firma tarafından bilinçli olarak ve dürüstlük kuralına aykırı düşecek şekilde tüketicilerin mağdur olabileceği bir döneme denk getirildiği anlaşılmış olup; tüm bu durumların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7, 9, 18, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Türk Telekomünikasyon A.Ş.** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **50.000 TL (Ellibin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**FİNANSAL HİZMETLER**

**2)**

**Dosya No: 2016/1677**

**Şikayet Edilen: T Garanti Bankası A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Konuştuğunuzu anlayan teknoloji, Garanti Cep’te”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** T Garanti Bankası A.Ş. isimli firmaya ait *“Konuştuğunuzu anlayan teknoloji, Garanti Cep’te”* başlıklı reklamlara ilişkin reklam filmi senaryosunun, reklam filminde yer alan oyunculardan birinin üniversiteyi kazanan kızına söz verdiği bilgisayarı alamadığı için diğer oyuncunun bu ihtiyacı karşılamak adına Garanti Cep şubesinden gerekli miktarı kredi olarak çekip göndermesi şeklinde özetlenebileceği ve devamında *“İhtiyaç anında kredi Garanti Cep’te”* sloganına yer verildiği görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu televizyon reklamlarında, Garanti Bankası’na ait *“Konuştuğunuzu anlayan ve yapan cep şubesi”* sloganı ile bahsi geçen Bankaya ait Cep Şubesi isimli bankacılık hizmetinin kullanımının kolaylığına ilişkin bir reklam senaryosunun kurgulanmış olduğu, söz konusu reklam filminin genelinde tüketicileri borç altına girmelerini teşvik etmek suretiyle istismar edici herhangi bir hususa rastlanmadığı, açıklanan nedenlerle inceleme konusu televizyon reklamının 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**3)**

**Dosya No: 2015/1638**

**Şikayet Edilen: Palmiye Kozmetik Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.loccitane.com.tr](http://www.loccitane.com.tr) adresli internet sitesinin 17.11.2015 tarihli görünümünde yer alan **“Immortelle Divine Göz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Immortelle serisinin ortak içeriği olan organik ölmez otu esansiyel yağı mikrodolaşımı harekete geçirip kolajen üretimini 6 kat arttırıp serbest radikallere karşı koruma sağlar. Mikrokapsül sistemli 7 etkin içerik: organik korsika mersin esansiyel yağı uzun ömürlülük proteinini harekete geçirir; korsika balı DNA’yı korur ve onarır; çayır papatyası özütü melanin üretimini dengeler. Bilimsel inovasyon: 2009 yılında Ar-ge departmanı kozmetogenomik program başlatarak ürün aktif içeriklerinin hücre çekirdeğine ulaşan etkinliğini ispatlamıştır. Divine Göz Kreminin formülü hücre çekirdeğine etki ederek göz çevresindeki yaşlanma izlerini gözle görülür ölçüde düzeltir (…)“…Hiyalüronik asit ise anında solgunluk ve pürüzsüzlük sağlar. Göz çevresinde oluşan şişkinlik ve koyu halkaları azaltan karabuğday mumu ve dişbudak ile desteklenen göz çevresi kremi ile göz çevresi daha genç ve pürüzsüz bir görünüm kazanır… Organik ölmezotunun zengin aktif molekülleri eşsiz yaşlanma karşıtı bakım sonuçları sağlamaktadır. 7 doğal etkin içerik ile güçlendirilen yeni patent ile olağanüstü güce kavuşmuştur. Divine Göz Kreminin formülü hücre çekirdeğine etki ederek göz çevresindeki yaşlanma izlerini gözle görülür ölçüde düzeltir. 4 hafta boyunca 53 kadın üzerinde yapılan testi sonucunda; - Genç görünümü ve göz çevresindeki yenilenme potansiyelini arttırır. - Derinden besler (74%) - Şişkinlik (74%) ve koyu renkli halka (81%) görünümünde azalma - Göz çevresini pürüzsüzleştirir (91%) ve kaza ayağı çizgilerinde gözle görülür açılma sağlar (85%)\*\* - Göz çevresindeki cildi sıkılaştırır (91%) ve ten rengini eşitler (92%) Dermatolojik ve oftalmolojik testlerden geçirilmiştir”* ifadeleri, **“Immortelle Precious Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda ; *“Derin çizgi tedavisi ve glikasyona karşı koruma sağlayan Immortelle Precious Serum, içeriğindeki mikrokapsül sistemli organik ölmez otu esansiyel yağı, mikrodolaşımı harekete geçirip kolajen üretimini 6 kat arttırıp serbest radikallere karşı koruma sağlar. İçeriğindeki ayçiçeği tohumu kompleksi cildi glikasyona karşı koruyup hasar görmüş kolajen lifleri tamir ederek derin çizgilerin açılmasını sağlayarak cilde daha sıkı, genç ve pürüzsüz bir görünüm kazandırır (…) Organik Ölmez Otu hücre özü ise cildin destek ağını güçlendirerek çizgilerin açılmasını sağlar. İçeriğindeki ayçiçeği tohumu kompleksi cildi glikasyona karşı koruyup hasar görmüş kolajen lifleri tamir ederek derin çizgilerin açılmasını sağlayarak cilde daha sıkı, genç ve pürüzsüz bir görünüm kazandırır (…) İçeriğindeki mikrokapsül sistemli organik ölmez otu esansiyel yağı, mikrodolaşımı harekete geçirip kolajen üretimini 6 kat arttırıp serbest radikallere karşı koruma sağlar. İçeriğindeki ayçiçeği tohumu kompleksi cildi glikasyona karşı koruyup hasar görmüş kolajen lifleri tamir ederek derin çizgilerin açılmasını sağlayarak cilde daha sıkı, genç ve pürüzsüz bir görünüm kazandırır. İlk kullanımdan itibaren cilt %72 oranında toparlanır, bir hafta kullanımdan sonra cilt %85 oranında daha pürüzsüz, %81 oranında daha güzel bir görünüme kavuşur. 4 hafta boyunca 53 kadın üzerinde yapılan test sonucunda en derin çizgilerde bile %74 oranında iyileşme ve %87 oranında daha sıkı bir cilt kaydedilmiştir. Dermatolojik testlerden geçirilmiştir. Komedojenik değildir, siyah nokta oluşumuna yol açmaz. Ölmez otu şaşırtıcı derecede uzun ömürlüdür: Koparıldığında bile solmayan bir bitkidir. İlk defa, L'Occitane, Korsika adasında izlenebilir tarımla organik Ölmez otu yetiştirme programını başlatmıştır”* ifadeleri, **“Immortelle Divine Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“De Divine Extract, 5 patentli formülü ile hücrelerin kalbine\* kadar inerek gözlemlenebilir bir şekilde cildin genç görünümünü korurken yenilenme hızını artırır (…)Yüksek oranda konsantre içeriklere sahip bu yaşlanma karşıtı serum ciltteki elastikiyet kaybını ve cilt kontüründeki belirginlik kaybını giderirken aynı zamanda cildin genel profilini toparlar. Anında\*\*: Uygulandığı anda cildin sıkılaştığı(86%) gözlemlenir. 7 günlük uygulamadan sonra, yüz kontürü yeniden şekillenir (78%). Zaman içinde\*\*: Ciltteki gevşeme azalır (96%) ve cildin genel yapısı yenilenir(94%). Divine Yaşlanma karşıtı serumu, tazeleyen, kadifemsi yapısı sayesinde cilt tarafından hızla emilerek sonrasında kullanılan Divine Kremin global bakım etkisini arttırır. Dermatolojik olarak test edilmiştir. Komedon yapmaz. \*\* 50 kişi üzerinde yapılmış menuniyet testi sonuçları”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.loccitane.com.tr](http://www.loccitane.com.tr) adresli internet sitesinin 17.11.2015 tarihli görünümünde, **“Immortelle Divine Göz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Immortelle serisinin ortak içeriği olan organik ölmez otu esansiyel yağı mikrodolaşımı harekete geçirip kolajen üretimini 6 kat arttırıp serbest radikallere karşı koruma sağlar. Mikrokapsül sistemli 7 etkin içerik: organik korsika mersin esansiyel yağı uzun ömürlülük proteinini harekete geçirir; korsika balı DNA’yı korur ve onarır; çayır papatyası özütü melanin üretimini dengeler. Bilimsel inovasyon: 2009 yılında Ar-ge departmanı kozmetogenomik program başlatarak ürün aktif içeriklerinin hücre çekirdeğine ulaşan etkinliğini ispatlamıştır. Divine Göz Kreminin formülü hücre çekirdeğine etki ederek göz çevresindeki yaşlanma izlerini gözle görülür ölçüde düzeltir”* ifadeleri, **“Immortelle Precious Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Derin çizgi tedavisi ve glikasyona karşı koruma sağlayan Immortelle Precious Serum, içeriğindeki mikrokapsül sistemli organik ölmez otu esansiyel yağı, mikrodolaşımı harekete geçirip kolajen üretimini 6 kat arttırıp serbest radikallere karşı koruma sağlar. İçeriğindeki ayçiçeği tohumu kompleksi cildi glikasyona karşı koruyup hasar görmüş kolajen lifleri tamir ederek derin çizgilerin açılmasını sağlayarak cilde daha sıkı, genç ve pürüzsüz bir görünüm kazandırır”* ifadeleri, **“Immortelle Divine Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“De Divine Extract, 5 patentli formülü ile hücrelerin kalbine\* kadar inerek gözlemlenebilir bir şekilde cildin genç görünümünü korurken yenilenme hızını artırır”* 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,

Diğer taraftan, [www.loccitane.com.tr](http://www.loccitane.com.tr) adresli internet sitesinde **“Immortelle Divine Göz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“…Hiyalüronik asit ise anında solgunluk ve pürüzsüzlük sağlar. Göz çevresinde oluşan şişkinlik ve koyu halkaları azaltan karabuğday mumu ve dişbudak ile desteklenen göz çevresi kremi ile göz çevresi daha genç ve pürüzsüz bir görünüm kazanır… Organik ölmezotunun zengin aktif molekülleri eşsiz yaşlanma karşıtı bakım sonuçları sağlamaktadır. 7 doğal etkin içerik ile güçlendirilen yeni patent ile olağanüstü güce kavuşmuştur. Divine Göz Kreminin formülü hücre çekirdeğine etki ederek göz çevresindeki yaşlanma izlerini gözle görülür ölçüde düzeltir. 4 hafta boyunca 53 kadın üzerinde yapılan testi sonucunda; - Genç görünümü ve göz çevresindeki yenilenme potansiyelini arttırır. - Derinden besler (74%) - Şişkinlik (74%) ve koyu renkli halka (81%) görünümünde azalma - Göz çevresini pürüzsüzleştirir (91%) ve kaza ayağı çizgilerinde gözle görülür açılma sağlar (85%)\*\* - Göz çevresindeki cildi sıkılaştırır (91%) ve ten rengini eşitler (92%) Dermatolojik ve oftalmolojik testlerden geçirilmiştir”* ifadelerinin, **“Immortelle Precious Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Organik Ölmez Otu hücre özü ise cildin destek ağını güçlendirerek çizgilerin açılmasını sağlar. İçeriğindeki ayçiçeği tohumu kompleksi cildi glikasyona karşı koruyup hasar görmüş kolajen lifleri tamir ederek derin çizgilerin açılmasını sağlayarak cilde daha sıkı, genç ve pürüzsüz bir görünüm kazandırır (…) İçeriğindeki mikrokapsül sistemli organik ölmez otu esansiyel yağı, mikrodolaşımı harekete geçirip kolajen üretimini 6 kat arttırıp serbest radikallere karşı koruma sağlar. İçeriğindeki ayçiçeği tohumu kompleksi cildi glikasyona karşı koruyup hasar görmüş kolajen lifleri tamir ederek derin çizgilerin açılmasını sağlayarak cilde daha sıkı, genç ve pürüzsüz bir görünüm kazandırır. İlk kullanımdan itibaren cilt %72 oranında toparlanır, bir hafta kullanımdan sonra cilt %85 oranında daha pürüzsüz, %81 oranında daha güzel bir görünüme kavuşur. 4 hafta boyunca 53 kadın üzerinde yapılan test sonucunda en derin çizgilerde bile %74 oranında iyileşme ve %87 oranında daha sıkı bir cilt kaydedilmiştir. Dermatolojik testlerden geçirilmiştir. Komedojenik değildir, siyah nokta oluşumuna yol açmaz. Ölmez otu şaşırtıcı derecede uzun ömürlüdür: Koparıldığında bile solmayan bir bitkidir. İlk defa, L'Occitane, Korsika adasında izlenebilir tarımla organik Ölmez otu yetiştirme programını başlatmıştır”* ifadelerinin, **“Immortelle Divine Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Yüksek oranda konsantre içeriklere sahip bu yaşlanma karşıtı serum ciltteki elastikiyet kaybını ve cilt kontüründeki belirginlik kaybını giderirken aynı zamanda cildin genel profilini toparlar. Anında\*\*: Uygulandığı anda cildin sıkılaştığı(86%) gözlemlenir. 7 günlük uygulamadan sonra, yüz kontürü yeniden şekillenir (78%). Zaman içinde\*\*: Ciltteki gevşeme azalır (96%) ve cildin genel yapısı yenilenir(94%). Divine Yaşlanma karşıtı serumu,tazeleyen , kadifemsi yapısı sayesinde cilt tarafından hızla emilerek sonrasında kullanılan Divine Kremin global bakım etkisini arttırır. Dermatolojik olarak test edilmiştir. Komedon yapmaz. \*\* 50 kişi üzerinde yapılmış menuniyet testi sonuçları”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c; 5 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; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**4)**

**Dosya No: 2015/1647**

**Şikayet Edilen: Oriflame Kozmetik Ürünleri Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.oriflame.com.tr> adresli internet sitesinde ve 1-30 Nisan 2016 tarihli ürün kataloglarında yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015, Nisan 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, katalog

**Tespitler:** <http://www.oriflame.com.tr> adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde ve 1-30 Nisan 2016 tarihli ürün kataloglarında yer alan **“Time Reversing Skin Genist Onarıcı Gece Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Cildinizin gece boyunca hızla yenilenmesini sağlayın ve sabaha gençleşmiş bir ciltle uyanın”* ve ürün kataloglarında yer alan; “*GeinsteinSOY teknolojisiyle 8 yaşa kadar genç görünüm. Cildinizin sınırsız gençlik potansiyeli 3 Güzellik GeniTM’de şifreli. Gelişmiş, yaşlanma karşıtı bir bileşen olan GenisteinSOY güzellik genlerinizi belirler ve güçlendirir. Cildinizin genç görünümünü yeniden kazanmasına yardımcı olur.* \**4 hafta süresince gece ve gündüz kremlerini birlikte kullanan tüketicilerin değerlendirmesi. Gece boyunca cildin doğal onarım sürecini kuvvetlendirir ve daha genç bir görünüm sunar (…) Patentli GenisteinSOY ve CelluRepair formülleriyle geliştirilmiş, zengin C vitamini içeriğiyle cildi bir gecede daha pürüzsüz, diri ve ışıltılı hale getiren Time Reversing SkinGenist Onarıcı Gece Serumu”* ifadeleri ve ürün kataloglarında yer verilen; “*Tek gecede gözle görülür etki! (…)* *Deneyen kadınların %88’i ciltlerinin bir gecede daha pürüzsüz hale geldiğini belirtmiştir”* ifadeleri, **“True Perfection Anında Düzgünleştirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Stresli, yorgun görünümlü cildi anında canlandıran ve canlı görünümünü korumasını sağlayan, güçlü, cilt kusursuzlaştırıcı serum. Cilt rengini eşitleyen ve ışıldamasını sağlayan InstantGlow Complex ile zenginleştirilmiştir. İçeriğindeki Pers İpek Ağacı özü ile cilt hücrelerindeki kusurları ve ciltteki yorgunluk belirtilerini ortadan kaldırır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://www.oriflame.com.tr> adresli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde **“Time Reversing Skin Genist Onarıcı Gece Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Cildinizin gece boyunca hızla yenilenmesini sağlayın ve sabaha gençleşmiş bir ciltle uyanın”* ve ürün kataloglarında yer alan; “*GeinsteinSOY teknolojisiyle 8 yaşa kadar genç görünüm. Cildinizin sınırsız gençlik potansiyeli 3 Güzellik GeniTM’de şifreli. Gelişmiş, yaşlanma karşıtı bir bileşen olan GenisteinSOY güzellik genlerinizi belirler ve güçlendirir. Cildinizin genç görünümünü yeniden kazanmasına yardımcı olur.* \**4 hafta süresince gece ve gündüz kremlerini birlikte kullanan tüketicilerin değerlendirmesi. Gece boyunca cildin doğal onarım sürecini kuvvetlendirir ve daha genç bir görünüm sunar”* ifadeleri ve **“True Perfection Anında Düzgünleştirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“İçeriğindeki Pers İpek Ağacı özü ile cilt hücrelerindeki kusurları ve ciltteki yorgunluk belirtilerini ortadan kaldırır”* ifadeleri ile tanıtımlarda yer verilen ürünlerin hastalıkların 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,

Diğer taraftan, [www.clinique.com.tr](http://www.clinique.com.tr) adresli internet sitesinde **“Time Reversing Skin Genist Onarıcı Gece Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Patentli GenisteinSOY ve CelluRepair formülleriyle geliştirilmiş, zengin C vitamini içeriğiyle cildi bir gecede daha pürüzsüz, diri ve ışıltılı hale getiren Time Reversing SkinGenist Onarıcı Gece Serumu”* ifadelerinin ve ürün kataloglarında yer verilen; “*Tek gecede gözle görülür etki! (…)* *Deneyen kadınların %88’i ciltlerinin bir gecede daha pürüzsüz hale geldiğini belirtmiştir”* ifadelerinin, **“True Perfection Anında Düzgünleştirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Stresli, yorgun görünümlü cildi anında canlandıran ve canlı görünümünü korumasını sağlayan, güçlü, cilt kusursuzlaştırıcı serum. Cilt rengini eşitleyen ve ışıldamasını sağlayan InstantGlow Complex ile zenginleştirilmiştir. İçeriğindeki Pers İpek Ağacı özü ile cilt hücrelerindeki kusurları ve ciltteki yorgunluk belirtilerini ortadan kaldırır”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c; 5 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; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Oriflame Kozmetik Ürünleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2015/1704**

**Şikayet Edilen: Elca Kozmetik Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.clinique.com.tr](http://www.clinique.com.tr) adresli internet sitesinin 24.12.2015 tarihli görünümünde **“Clinique Smart Spf 15 Akıllı Onarım Nemlendiricisi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aynı zamanda çizgiler ve kırışıklar, esneklik kaybı, donukluk birden fazla endişeyi yok etmeyi hedefler. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların azalmasını ve gergin gözükmesini sağlar. İçeriğindeki özler güneş ışığıyla birlikte hareket geçer, böylelikle doğal hücre onarımını destekler… Muru muru yağı sayesinde cilt korumasını güçlendirir ve onarır (…) Cildin daha sıkı ve daha esnek hissetmesini sağlarken çizgi ve kırışıklık görünümünü en aza indirir”* ifadeleri, **“Clinique Akıllı Onarım Gece Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“YENİ Clinique Akıllı Onarım Gece Kremi … gözle görünür onarım sağlar. Gece formülü, “akıllı” teknolojisiyle … cilt dokusunu yeniler... Onarıcı enzimleri sayesinde hasarları tespit eder ve doğal hücre yenilenmesine yardım eder. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların gergin gözükmesini sağlar (…)“Çizgi ve kırışıklık, nemsizlik, eşit olmayan cilt tonu ve sarkma gibi endişelere karşı savaşır. Gece formülü, “akıllı” teknolojisiyle cildi canlandırırarak daha sıkı ve parlak gözükmesini sağlar, …, çizgi ve kırışıklıkları azaltır. İçeriğindeki amino asitlerle, çizgi ve kırışıklık görünümünü en az indirir, aynı anda cildin daha sıkı gözükmesine ve hissetmesine yardımcı olur. Brezilya’da yetişen Murumuru palmiye ağaçlarından elde edilen bileşeni sayesinde cildi güçlendirir”* ifadeleri, **“Even Better Koyu Leke Karşıtı El Bakım Kremi Spf 15”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;  *“Ellerinizdeki gözle görülür koyu leke ve yaşlılık lekelerini ortadan kaldırır. Daha eşit bir cilt tonu yaratmak için yaşlılık lekesi, güneş lekesi ve renk eşitsizliklerini ortadan kaldırır (…)“Hassas UVA/UVB koruması sağlar ve gelecekte oluşabilecek koyu lekeleri engellemeye yardımcı olur. Ellerinize gün boyu nem sağlar”* ifadeleri, **“Even Better Clinical Koyu Leke Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Geçmiş sivilce izleri iyileşir (…)Dermatologlar tarafından geliştirilmiş, güvenilir formül. Klinik testlerde 4, 8 ve 12 haftalık kullanımlarda koyu leke görünümünde %58'e varan iyileşme gözlemlendiği kanıtlanmıştır. Tüm cilt tipleri 4 hafta içinde gözle görülür sonuçlar alır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.clinique.com.tr](http://www.clinique.com.tr) adresli internet sitesinin 24.12.2015 tarihli görünümünde **“Clinique Smart Spf 15 Akıllı Onarım Nemlendiricisi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Aynı zamanda çizgiler ve kırışıklar, esneklik kaybı, donukluk birden fazla endişeyi yok etmeyi hedefler. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların azalmasını ve gergin gözükmesini sağlar. İçeriğindeki özler güneş ışığıyla birlikte hareket geçer, böylelikle doğal hücre onarımını destekler… Muru muru yağı sayesinde cilt korumasını güçlendirir ve onarır”* ifadeleri, **“Clinique Akıllı Onarım Gece Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“YENİ Clinique Akıllı Onarım Gece Kremi… Gözle görünür onarım sağlar. Gece formülü, “akıllı” teknolojisiyle… Cilt dokusunu yeniler... Onarıcı enzimleri sayesinde hasarları tespit eder ve doğal hücre yenilenmesine yardım eder. Doğal kollajen üretimini düzenleyerek kırışıklıkların gergin gözükmesini sağlar.”* ifadeleri, **“Even Better Koyu Leke Karşıtı El Bakım Kremi Spf 15”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan;  *“Ellerinizdeki gözle görülür koyu leke ve yaşlılık lekelerini ortadan kaldırır. Daha eşit bir cilt tonu yaratmak için yaşlılık lekesi, güneş lekesi ve renk eşitsizliklerini ortadan kaldırır”* ifadeleri ve **“Even Better Clinical Koyu Leke Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer alan; *“Geçmiş sivilce izleri iyileşir”* 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,

Diğer taraftan, [www.clinique.com.tr](http://www.clinique.com.tr) adresli internet sitesinde **“Clinique Smart Spf 15 Akıllı Onarım Nemlendiricisi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *Cildin daha sıkı ve daha esnek hissetmesini sağlarken çizgi ve kırışıklık görünümünü en aza indirir”* ifadelerinin ve **“Clinique Akıllı Onarım Gece Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Çizgi ve kırışıklık, nemsizlik, eşit olmayan cilt tonu ve sarkma gibi endişelere karşı savaşır. Gece formülü, “akıllı” teknolojisiyle cildi canlandırırarak daha sıkı ve parlak gözükmesini sağlar, …, çizgi ve kırışıklıkları azaltır. İçeriğindeki amino asitlerle, çizgi ve kırışıklık görünümünü en az indirir, aynı anda cildin daha sıkı gözükmesine ve hissetmesine yardımcı olur. Brezilya’da yetişen Murumuru palmiye ağaçlarından elde edilen bileşeni sayesinde cildi güçlendirir”* ifadelerinin, **“Even Better Koyu Leke Karşıtı El Bakım Kremi Spf 15”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Hassas UVA/UVB koruması sağlar ve gelecekte oluşabilecek koyu lekeleri engellemeye yardımcı olur. Ellerinize gün boyu nem sağlar”* ifadelerinin, **“Even Better Clinical Koyu Leke Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *Dermatologlar tarafından geliştirilmiş, güvenilir formül. Klinik testlerde 4, 8 ve 12 haftalık kullanımlarda koyu leke görünümünde %58'e varan iyileşme gözlemlendiği kanıtlanmıştır. Tüm cilt tipleri 4 hafta içinde gözle görülür sonuçlar alır”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c; 5 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; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**6)**

**Dosya No: 2015/1101**

**Şikayet Edilen: Omeb Grup Bil. Bilişim Yazılım Elek. Güv. Sis. Ltd.Şti**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.stopgreysatis.com](http://www.stopgreysatis.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“StopGrey”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“StopGrey saç beyazlıklarının giderilmesini sağlar. Saç köklerini büyük ölçüde güçlendirir. Saçları parlak ve canlı hale getirir. StopGrey’i kullanmaya ilk başladığınızda saç gövdesindeki boş melanin tüpleri dolmaya başlar. Kullanıma devam ettiğinizde saçlarınızdaki beyazlar kısmen azalmaya başlar. Melanin ve pigmentlerin büyük bir kısmı sağlanmış olur. İlerleyen süreçlerde melanin üretimi tamamlanır ve saçlarınızdaki beyazlıkların hepsini gidererek, saçlarınız ana rengine kavuşmuş olur. Saçlarınız eski rengine kavuştuktan sonra StopGrey son olarak kalıcılık etkisini sunar ve ayrı zamanda saçlarınıza parlaklık, canlılık katar. Ferrara Üniversitesi tarafından klinik testler ile etkisi kanıtlanan StopGrey ürününün doğru ve düzenli kullanım sonrasında saç beyazlıklarını giderdiği, saçları ana rengine kavuşturduğu gözlemlenmiştir”* ifadelerine yer verildiği*,*

Diğer taraftan, söz konusu tanıtımlarda **Vatan Şaşmaz’**ın görüntü ve ifadelerinin onayı olmaksızın izinsiz şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.stopgreysatis.com](http://www.stopgreysatis.com) adresli internet sitesinde yer verilen “*Ferrara Üniversitesi tarafından klinik testler ile etkisi kanıtlanan StopGrey ürününün doğru ve düzenli kullanım sonrasında saç beyazlıklarını giderdiği, saçları ana rengine kavuşturduğu gözlemlenmiştir*” ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Omeb Grup Bil. Bilişim Yazılım Elek. Güv. Sis. Ltd.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2015/1640**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** <https://kozmetik.avon.com.tr> adresli internet sitesinde yayımlanan muhtelif kozmetik ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015, 08.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <https://kozmetik.avon.com.tr> adresli internet sitesinde **“Anew Clinical Infinite Lift Yüz İçin Toparlayıcı ve Şekillendirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bilimsel araştırmalar ışığında geliştirilen Anew’in öncü teknolojisi sayesinde sizlere yaşlanma etkilerine savaş açmanızı sağlayan ürünler sunuyoruz. Yüzün 4 ana bölgesinde anında\* toparlanma: Yanak, çene, alt çene hattı, çene altı. Cildin kolajen elastin, fibronectin ve Hyalurionic Asit üretimini destekler, cildin doğal sarkma sürecini engellemeye yardımcıdır. Anında gözle görülen ve hissedilen sıkılaşma etkisi yaratır.\* Sıkılaştırır, biçimlendirir, toparlar, hatları belirginleştirir. \*152 katılımcı, 4 haftalık Tüketici Çalışması.”* ifadelerine, **“Anew Genics Bakım Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gençlik genlerini harekete geçirme zamanı! Gençlik genlerini aktivite etmek üzere YouthGen Teknolojisi içerir. Yoğun formülü ile cildin kolajen ve hyaluronik asit üretimin artırmak üzere gençlik genlerini aktivite etmeye yardımcıdır. Kırışıklık görünümü, cilt sarkması, renk tonu bozuklukları gibi yaşlanma belirtilerini azaltmaya yardım eder.\* Tüm yaşlarda kullanıma uygundur. \* Klinik çalışma sonuçlarına dayanmaktadır.”* ifadelerine, **“Anew Reversalist Hızla Etki Eden İkili Göz Çevresi Bakım Sistemi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*1 haftada yenilenmiş bir cilt görünümü\* İnce çizgi ve kırışıklıkların görünümünü gözle görünür derecede düzgünleştirmek üzere geliştirildi. Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler. 1 haftada göz çevresindeki ince çizgi ve kırışıklıkların görünümünü azaltır\*\*\*112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması.\*\* In vitro test sonuçları\*\*\* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması.”* ifadelerine, **“Anew Reversalist Yenileyici Gündüz Kremi - SPF 25”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*1 haftada yenilenmiş bir cilt görünümü\* İnce çizgi ve kırışıklıkların görünümünü gözle görünür derecede düzgünleştirmek üzere geliştirildi. Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler. 1 haftada cildinizin ince çizgi görünümünde düzgünleşme ve gözle görünür bir yenilenme gözlemlenir\*\*\* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması. \*\* In vitro test sonuçları \*\*\* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması.”* ifadelerine*,* **“Anew Reversalist Yenileyici Gece Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*1 haftada yenilenmiş bir cilt görünümü\* İnce çizgi ve kırışıklıkların görünümünü gözle görünür derecede düzgünleştirmek üzere geliştirildi. Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler. Cilde genç görünümünü ve sıklığını 1 hafta içinde geri kazandırır\*\*\* \* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması \*\* In vitro test sonuçları \*\*\* 109 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması*.” ifadelerine, **“Anew Reversalist Complete Renewal Hızla Etki Eden Sıkılaştırıcı Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*1 haftada gözle görülür etki\* Bu güçlü seri, cilt katmanları arasındaki bağları yeniler, ince çizgi ve kırışıklıklarınızın görünümünü azaltır. \* Tüketici Çalışması Sonuçlarına dayanır.”* ifadelerine, **“Avon Nutra Effects Radiance Yenileyici Gece Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cennet Çiçeği tohumları içeren aktif tohum kompleksiyle geliştirilen Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, donuk bir cilt tonuna neden olan aşırı pigment üretimini azaltır ve cildin ışıltısını geri kazandırır. Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, düzgün olmayan cilt tonu ve yorgun görünen ciltler için uygundur. Alerji testi yapılmıştır. Paraben ve boya içermez. Canlandırıcı Seride bulunan Cennet Çiçeği tohumları renk bozukluklarına ve eşit olmayan cilt tonuna yol açan cilt hücrelerindeki pigmantasyonu azaltmaya yardım eder. Gerçek bir oksijen kaynağı olan bu tohum nem tutma özelliğiyle de aşırı pigment artışını engellemeye yardımcı olur. Böylece ciltteki matlaşma azalır. Ciltteki renk tonu bozukluğunu hafifletir. Ciltte gözle görülür şekilde daha pürüzsüz bir görünüm sağlar. Cildin ışıltısını geri kazandırır. Cilt tonunu eşitler.”* ifadelerine, **“Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cennet çiçeği Çiçeği tohumları içeren aktif tohum kompleksiyle geliştirilen Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, donuk bir cilt tonuna neden olan aşırı pigment üretimini azaltır ve cildin ışıltısını geri kazandırır. Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, düzgün olmayan cilt tonu ve yorgun görünen ciltler i.in uygundur. Alerji testi yapılmıştır. Paraben ve boya içermez. Canlandırıcı seride bulunan cennet çiçeği tohumları renk bozukluklarına ve eşit olmayan cilt tonuna yol açan cilt hücrelerindeki pigmentasyonu azaltmaya yardım eder. Gerçek bir oksijen kaynağı olan bu tohum nem tutma özelliğiyle de aşırı pigment artışını engellemeye yardımcı olur. Böylece ciltteki matlaşma azalır. Ciltteki renk tonu bozukluğunu hafifletir. Ciltte gözle görülür şekilde daha pürüzsüz bir görünüm sağlar. Cildin ışıltısını geri kazandırır. Cilt tonunu eşitler.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <https://kozmetik.avon.com.tr> adresli internet sitesinde **“Anew Clinical Infinite Lift Yüz İçin Toparlayıcı ve Şekillendirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bilimsel araştırmalar ışığında geliştirilen Anew’in öncü teknolojisi sayesinde sizlere yaşlanma etkilerine savaş açmanızı sağlayan ürünler sunuyoruz. Yüzün 4 ana bölgesinde anında\* toparlanma: Yanak, çene, alt çene hattı, çene altı. Cildin kolajen elastin, fibronectin ve Hyalurionic Asit üretimini destekler, cildin doğal sarkma sürecini engellemeye yardımcıdır. Anında gözle görülen ve hissedilen sıkılaşma etkisi yaratır.\* Sıkılaştırır, biçimlendirir, toparlar, hatları belirginleştirir. \*152 katılımcı, 4 haftalık Tüketici Çalışması.”* ifadelerine, **“Anew Genics Bakım Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gençlik genlerini harekete geçirme zamanı! Gençlik genlerini aktivite etmek üzere YouthGen Teknolojisi içerir. Yoğun formülü ile cildin kolajen ve hyaluronik asit üretimin artırmak üzere gençlik genlerini aktivite etmeye yardımcıdır. Kırışıklık görünümü, cilt sarkması, renk tonu bozuklukları gibi yaşlanma belirtilerini azaltmaya yardım eder.\* Tüm yaşlarda kullanıma uygundur. \* Klinik çalışma sonuçlarına dayanmaktadır.”* ifadelerine, **“Anew Reversalist Hızla Etki Eden İkili Göz Çevresi Bakım Sistemi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler”* ifadelerine, **“Anew Reversalist Yenileyici Gündüz Kremi - SPF 25”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler”* ifadelerine*,* **“Anew Reversalist Yenileyici Gece Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“1 haftada yenilenmiş bir cilt görünümü\* İnce çizgi ve kırışıklıkların görünümünü gözle görünür derecede düzgünleştirmek üzere geliştirildi. Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler.”* ifadelerine, **“Anew Reversalist Complete Renewal Hızla Etki Eden Sıkılaştırıcı Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bu güçlü seri, cilt katmanları arasındaki bağları yeniler, ince çizgi ve kırışıklıklarınızın görünümünü azaltır*.” ifadelerine, **“Avon Nutra Effects Radiance Yenileyici Gece Kremi”** 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 fizyolojik fonksiyonları yenilediğini, düzelttiğini veya değiştirdiğini iddia eden veya ima eden beyanların ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; dolayısıyla, söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların ve **altı çizili ürün isimlerinin** mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan <https://kozmetik.avon.com.tr> adresli internet sitesinde **“Anew Clinical Infinite Lift Yüz İçin Toparlayıcı ve Şekillendirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Bilimsel araştırmalar ışığında geliştirilen Anew’in öncü teknolojisi sayesinde sizlere yaşlanma etkilerine savaş açmanızı sağlayan ürünler sunuyoruz. Yüzün 4 ana bölgesinde anında\* toparlanma: Yanak, çene, alt çene hattı, çene altı. Cildin kolajen elastin, fibronectin ve Hyalurionic Asit üretimini destekler, cildin doğal sarkma sürecini engellemeye yardımcıdır. Anında gözle görülen ve hissedilen sıkılaşma etkisi yaratır.\* Sıkılaştırır, biçimlendirir, toparlar, hatları belirginleştirir. \*152 katılımcı, 4 haftalık Tüketici Çalışması.”* ifadelerinin, **“Anew Genics Bakım Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Gençlik genlerini harekete geçirme zamanı! Gençlik genlerini aktivite etmek üzere YouthGen Teknolojisi içerir. Yoğun formülü ile cildin kolajen ve hyaluronik asit üretimin artırmak üzere gençlik genlerini aktivite etmeye yardımcıdır. Cilt sarkması… azaltmaya yardım eder.\* Tüm yaşlarda kullanıma uygundur. \* Klinik çalışma sonuçlarına dayanmaktadır.”* ifadelerinin, **“Anew Reversalist Hızla Etki Eden İkili Göz Çevresi Bakım Sistemi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*1 haftada yenilenmiş bir cilt görünümü\* İnce çizgi ve kırışıklıkların görünümünü gözle görünür derecede düzgünleştirmek üzere geliştirildi. Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler. 1 haftada göz çevresindeki ince çizgi ve kırışıklıkların görünümünü azaltır\*\*\*112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması.\*\* In vitro test sonuçları\*\*\* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması.”* ifadelerinin, **“Anew Reversalist Yenileyici Gündüz Kremi - SPF 25”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*1 haftada yenilenmiş bir cilt görünümü\* İnce çizgi ve kırışıklıkların görünümünü gözle görünür derecede düzgünleştirmek üzere geliştirildi. Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler. 1 haftada cildinizin ince çizgi görünümünde düzgünleşme ve gözle görünür bir yenilenme gözlemlenir\*\*\* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması. \*\* In vitro test sonuçları \*\*\* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması.”* ifadelerinin*,* **“Anew Reversalist Yenileyici Gece Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*1 haftada yenilenmiş bir cilt görünümü\* İnce çizgi ve kırışıklıkların görünümünü gözle görünür derecede düzgünleştirmek üzere geliştirildi. Tri- Elastinex ile formüle edildi. Elastin üretimini %30’a kadar artırır\*\* Cilt esnekliğini artırır. Cilt görünümünü düzeltir. Cilt hücrelerini yeniler. Cilde genç görünümünü ve sıklığını 1 hafta içinde geri kazandırır\*\*\* \* 112 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması \*\* In vitro test sonuçları \*\*\* 109 panelist, 4 haftalık Tüketici Çalışması*.” ifadelerinin, **“Anew Reversalist Complete Renewal Hızla Etki Eden Sıkılaştırıcı Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*1 haftada gözle görülür etki\* Bu güçlü seri, cilt katmanları arasındaki bağları yeniler, ince çizgi ve kırışıklıklarınızın görünümünü azaltır. \* Tüketici Çalışması Sonuçlarına dayanır.”* ifadelerinin, **“Avon Nutra Effects Radiance Yenileyici Gece Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Cennet Çiçeği tohumları içeren aktif tohum kompleksiyle geliştirilen Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, donuk bir cilt tonuna neden olan aşırı pigment üretimini azaltır ve cildin ışıltısını geri kazandırır. Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, düzgün olmayan cilt tonu ve yorgun görünen ciltler için uygundur. Alerji testi yapılmıştır. Paraben ve boya içermez. Canlandırıcı Seride bulunan Cennet Çiçeği tohumları renk bozukluklarına ve eşit olmayan cilt tonuna yol açan cilt hücrelerindeki pigmantasyonu azaltmaya yardım eder. Gerçek bir oksijen kaynağı olan bu tohum nem tutma özelliğiyle de aşırı pigment artışını engellemeye yardımcı olur. Böylece ciltteki matlaşma azalır. Ciltteki renk tonu bozukluğunu hafifletir. Ciltte gözle görülür şekilde daha pürüzsüz bir görünüm sağlar. Cildin ışıltısını geri kazandırır. Cilt tonunu eşitler.”* ifadelerinin, **“Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Cennet çiçeği Çiçeği tohumları içeren aktif tohum kompleksiyle geliştirilen Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, donuk bir cilt tonuna neden olan aşırı pigment üretimini azaltır ve cildin ışıltısını geri kazandırır. Avon Nutra Effects Radiance Gündüz Kremi SPF20, düzgün olmayan cilt tonu ve yorgun görünen ciltler için uygundur. Paraben ve boya içermez. Canlandırıcı seride bulunan cennet çiçeği tohumları renk bozukluklarına ve eşit olmayan cilt tonuna yol açan cilt hücrelerindeki pigmentasyonu azaltmaya yardım eder. Gerçek bir oksijen kaynağı olan bu tohum nem tutma özelliğiyle de aşırı pigment artışını engellemeye yardımcı olur. Böylece ciltteki matlaşma azalır. Ciltteki renk tonu bozukluğunu hafifletir. Ciltte gözle görülür şekilde daha pürüzsüz bir görünüm sağlar. Cildin ışıltısını geri kazandırır. Cilt tonunu eşitler.”* ifadelerinin üniversitelerin ilgili bölümlerinden veya akredite olmuş ilgili test ve değerlendirme kuruluşlarından veya bağımsız araştırma kuruluşlarından alınmış raporlar ile ispatlanması gerektiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 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; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma ve 58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2015/1682**

**Şikayet Edilen: Sephora A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sephora.com.tr](http://www.sephora.com.tr) adresli internet sitesinde yayımlanan muhtelif kozmetik ürünlereilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.12.2015,08.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sephora.com.tr](http://www.sephora.com.tr) adresli internet sitesinde **“Benefit-It’s Potent Göz Çevresi Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün, içerdiği burnet özlü formül sayesinde cildi yatıştırıyor. Elma özleri, cildin kolojen üretimine yardımcı olurken, lakuvat özleri cildi serbest radikallerden koruma görevini üstleniyor. Peptit kompleks cilde elastiklik, sıkılık kazandırıp, sodyum hylarunat da göz çevresini ihtiyacı olan neme kavuşturuyor. Göz çevresindeki koyu halkaları ve ince çizgileri tedavi ederken, yaşlılık belirtilerine karşı koruma görevi sağlıyor.”* ifadelerine, **“Algenist”** isimli markaya ilişkin tanıtımlarda; *“Algenist San Francisco merkez laboratuvarı Kıdemli Ürün Geliştirme Müdürü Jessie Reder "Algenist: The Genius of Mikroalgae. Mikroalg; biyoteknoloji uzmanlığından doğan ilk büyük keşif, yosun biliminden doğan müthiş bir bileşen. En zorlu çevre koşullarında dahi yaşayabilen mikroalg' ler Algenist'in klinik cilt bakım uzmanlığı ile birleşerek genç ve güzel bir cilt için gerekli tüm desteği sağlıyor. Klinik testler gösteriyor ki %55 hücre yenilenmesi ve %32 elastin sentezi sağlayan ürünler canlı yenilenmiş hücrelerin, yaşlanmış ve yıpranmış cilt ile yer değiştirmesini sağlıyor. Her cilt endişesi için bir çözüm sunan marka, kırışıklık karşıtı, sıkılaştırıcı, onarıcı, ileri yaşlanma karşıtı, yüzey yenileyici odaklı" dedi.”* ifadelerine, **“Algenist Yoğun Kırışıklık Karşıtı Onarıcı Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Algenist, kırışıklık karşıtı onarıcı cilt bakım yağı, cildinizi onarır, besler, yumuşatır, kolajen üretimini uyaran mikro alg özleri sayesinde cildi dolgunlaştırır. Kolajen üretimini arttırmak isteyen, cildini nemlendirmek, yatıştırmak, yumuşatmak, ince çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltmak isteyen her yaştan herkesin kullanabileceği bir ürün.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sephora.com.tr](http://www.sephora.com.tr) adresli internet sitesinde **“Benefit-It’s Potent Göz Çevresi Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ürün, içerdiği burnet özlü formül sayesinde cildi yatıştırıyor. Elma özleri, cildin kolojen üretimine yardımcı olurken, lakuvat özleri cildi serbest radikallerden koruma görevini üstleniyor. Peptit kompleks cilde elastiklik, sıkılık kazandırıp, sodyum hylarunat da göz çevresini ihtiyacı olan neme kavuşturuyor. Göz çevresindeki koyu halkaları ve ince çizgileri tedavi ederken, yaşlılık belirtilerine karşı koruma görevi sağlıyor.”* ifadelerine, **“Algenist”** isimli markaya ilişkin tanıtımlarda; *“Algenist San Francisco merkez laboratuvarı Kıdemli Ürün Geliştirme Müdürü Jessie Reder "Algenist: The Genius of Mikroalgae. Mikroalg; biyoteknoloji uzmanlığından doğan ilk büyük keşif, yosun biliminden doğan müthiş bir bileşen. En zorlu çevre koşullarında dahi yaşayabilen mikroalg' ler Algenist'in klinik cilt bakım uzmanlığı ile birleşerek genç ve güzel bir cilt için gerekli tüm desteği sağlıyor. Klinik testler gösteriyor ki %55 hücre yenilenmesi ve %32 elastin sentezi sağlayan ürünler canlı yenilenmiş hücrelerin, yaşlanmış ve yıpranmış cilt ile yer değiştirmesini sağlıyor. Her cilt endişesi için bir çözüm sunan marka, kırışıklık karşıtı, sıkılaştırıcı, onarıcı, ileri yaşlanma karşıtı, yüzey yenileyici odaklı" dedi.”* ifadelerine, **“Algenist Yoğun Kırışıklık Karşıtı Onarıcı Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Algenist, kırışıklık karşıtı onarıcı cilt bakım yağı, cildinizi onarır, besler, yumuşatır, kolajen üretimini uyaran mikro alg özleri sayesinde cildi dolgunlaştırır. Kolajen üretimini arttırmak isteyen, cildini nemlendirmek, yatıştırmak, yumuşatmak, ince çizgilerin ve kırışıklıkların görünümünü azaltmak isteyen her yaştan herkesin kullanabileceği bir ürün.*” 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 Yönetmeliğin 4/c; 5 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2015/1693**

**Şikayet Edilen: Expanscience Laboratuvarları İlaç San. ve Paz. Ve Dış Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2015,15.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mustela.com.tr](http://www.mustela.com.tr) adresli internet sitesinde **“Vitamin Bariyer 1.2.3 Pişik Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“1-Pişiği önlemeye, cildi yatıştırmaya destek 2- Koruma amaçlı her gün güvenli kullanım 3- Keyifli kullanım NEDEN PİŞİK OLUŞUYOR? Bebek cildi 0-2 yaş arası henüz gelişimini tamamlamadığından dış etkenlere karşı hassastır. İdrara ve dışkıya maruz kalma sonucu cildin koruyucu bariyeri hasar görür. Yeni Vitamin Bariyer 1.2.3 Pişik Kremi Nasıl Etki Ediyor? Patentli Avokado Özü, Avokado Perseose ile cildin koruyucu bariyerini destekler. Bir bitki özü olan patentli Alkasya Oxeoline ile cildin hasar görmemesi için destek olur. Patentli Ayçiçeği Yağı Distilatı ile cilt bariyerine destek olur. Mustela Vitamin Bariyer Pişik Kremi doğumdan itibaren kullanılmak üzere\* geliştirilmiştir. Pişiği önlemeye yardımcı, cildin güçlenmesine destek bakım için özel olarak formüle edilmiştir. Bariyer oluşturan yapısı sayesinde cildin etkin olarak korunmasına ve hassasiyetin (idrar, dışkı, bezlerin temasından oluşan) yatıştırılmasına yardımcı olur. Yatıştırıcı etkiye sahip Çinko oksit içerir. Bir bitki özü olan patentli Alkasya Oxeoline ile rahatsızlık hissinin yatıştırılmasını destekler ve cildin hasar görmemesi için destek olur. Avokado Özü patentli Avokado Perseose ile cildin koruyucu bariyerini destekler. Diyare (ishal) ve diş çıkarma dahil her koşulda kullanıma uygun Vitamin Bariyer Pişik Kremi cilt bariyerine ve cildin zenginliğini korumaya destek olur. \* Yeni doğandan itibaren kullanıma uygundur.* *%98 doğal kökenli içerikler. Cilt bariyerinin korunmasına ve gelişiminin desteklenmesine yardımcı olur. Alkasya Oxeoline: Cildin yatıştırılmasına yardımcı olur. Ayçiçeği Yağı Distilatı: Cildin koruyucu bariyerini destekler. Çinko oksit: Bariyer oluşumuna destek verir, cildi yatıştırır %0 Paraben, Phthalate ve Phenoxyethanol. Toleransı yüksek ve hipoalerjenik formül\*.Güvenliğiniz için dermatolojik ve pediatrik gözlem altında test edilmiştir. \*Alerjik reaksiyon risklerinin en aza indirmek için formüle edilmiştir.”* ifadelerine, **“Rahatlatıcı Bacak Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Hamilelik döneminde kilo artışına bağlı olarak, bacaklarda oluşan yorgunluk hissi için özel olarak formüle edilmiş Mustela Rahatlatıcı Bacak Jeli, doğal kökenli aktif içeriklerin bileşimi sayesinde, bacakları ferahlatıp rahatlamasına yardımcı olur: Patentli aktif içerik Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissinin rahatlatılmasını, cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekler ve cildi yumuşatır. İçeriğindeki Mentol özleri sayesinde anında ferahlatır, rahatlık sağlar. Bebek Dostudur. Hipoalerjenik formül\* Doğum öncesi ve sonrası dönemde kullanımı güvenlidir. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ!%0 Paraben, Phthalate, Phenoxyethanol, Bisphenol A ve S, Kafein ve Alkol \* Alerji riskini minimize edecek şekilde formüle edilmişti*” ifadelerine, **“Çatlak Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Hamile ve yeni anneler için özel olarak formüle edilmiş Mustela Çatlak Serumu aktif içeriklerin ve vitaminlerin seçkin bileşimine sahiptir. Patentli doğal aktif içerik olan Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır, cilt elastikiyetinin güçlenmesine destek olur, cildi yumuşatır ve rahatlatır. Cilt elastikiyeti için, Elastoregulator® adlı aktif içerik sayesinde cilt kalitesinin artmasını destekler. Micro-besleyiciler sayesinde cildi canlandırmaya yardımcı olur. Bebek Dostudur. Hipoalerjenik formül\* Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ! %0 Paraben, Phthalate, Phenoxyethanol, Bisphenols A ve S, Kafein ve Alkol \* Alerji riskini minimize edecek şekilde formüle edilmiştir. KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Cildi yumuşatma ve cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekleme etkisi test edilmiştir. KULLANIM ÖNERİSİ: Mustela Çatlak Serumunu, 2 ay boyunca sabah ve akşam masaj yaparak uygulayın. Ürünün başlığı sayesinde bölgeye lokal olarak uygulayabilirsiniz. Sezeryan yaraları üzerine uygulamayınız. Rahatlatıcı etkinliği test edilmiştir.”* ifadelerine,**“Çatlak Öncesi Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ÖZELLİKLERİ: Hamileler ve yeni anneler için özel formüle edilmiştir. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ! KULLANIM ÖNERİSİ: Çatlak Öncesi Yağı, hamileliğin ilk ayından itibaren ve doğumdan 3 ay sonraya kadar kullanınız. Ürünü sabah ve akşam karın bölgesine, göğüslere, kalça bölgesine ve bacak bölgesine nazikçe masaj yaparak uygulayınız. İçeriğindeki doğal aktif içerikler sayesinde Mustela Çatlak Öncesi Yağı, çatlak oluşumunu önlemeye yardımcı olur: Acı bakla (Lupin) tohumunun özünden elde edilen patentli doğal aktif içerik Lupeol® çatlakları tetikleyen faktörlere karşı cildin dayanıklılığının artmasına yardımcı olur. Zengin ve faydalı içerikler olan nar yağı, avokado yağı, misk gülü yağı ve baobab yağı ile cildin beslenmesine ve esnekliğini korumasına destek olur. Bebek Dostudur. • Hipoalerjenik formül\*• %0 Paraben, Phthalate, Phenoxyethanol, Bisphenols A ve S, Kafein ve Alkol \* Alerji riskini minimize edecek şekilde formüle edilmiştir. KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Cildi yumuşatma ve cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekleme etkisi test edilmiştir. Kullanım Keyfi Mustela Çatlak Öncesi Yağı hem zengin hem de doğal yapısı ile ciltte kolayca emilir ve ipeksi bir his bırakır. Hafif yapısı ve hoş kokusunu gül, bergamut ve erik yağlarından alır. Cildin yumuşak ve nemli kalmasını sağlar. Spreyli şişesi her seferinde eşit miktarda ürün alabilmeyi sağlar.”* ifadelerine,**“Çatlak Öncesi Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ÖZELLİKLERİ: Hamileler ve yeni anneler için özel olarak formüle edilmiş, Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir içeriği İÇERMEZ! KULLANIM ÖNERİSİ: Çatlak Öncesi Kremi, hamileliğin ilk ayından itibaren ve doğumdan 3 ay sonraya kadar kullanınız Mustela Çatlak Öncesi Kremi, doğal aktif içeriklerin yenilikçi bileşimi sayesinde çatlakların oluşumunun önlenmesine yardımcı olur: Patentli aktif içerik Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır, cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekler ve cildin yumuşamasını ve rahatlamasını sağlar. Karaçam ağacının özlerinden elde edilen çatlak önlemeye yardımcı patentli aktif içerik Galactoarabinactan ile esnekliği destekler, cildi yumuşak tutar. Balmumu ve Shea Yağı cildi besler ve nemlendirir. Cilde yumuşaklık verir. Bebek Dostudur. Hipoalerjenik formül\* %0 Paraben, Phthalate, Phenoxyethanol, Bisphenols A ve S, Kafein ve Alkol \* Alerji riskini minimize edecek şekilde formüle edilmiştir. KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Cildi yumuşatma ve cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekleme etkisi test edilmiştir. Zengin yapısı kolayca ve hızlı bir şekilde ciltte emilir.”* ifadelerine, **“Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Hamileler ve yeni anneler için özel olarak formüle edilmiş Mustela Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam, bileşimindeki doğal aktif içerikler sayesinde cilt kuruluğuna karşı cildin yatışmasını destekler. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ! KULLANIM ÖNERİSİ: Hamileliğin ilk aylarından itibaren ve doğum sonrasında Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsamı tüm vücuda uygulayınız. Hamileler ve yeni anneler için özel olarak formüle edilmiş Mustela Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam, bileşimindeki doğal aktif içerikler sayesinde cilt kuruluğuna karşı cildin yatışmasını destekler. Patentli aktif içerik Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır, cilt elastikiyetinin güçlenmesini destekler ve cildi yumuşatır. Seramidler sayesinde cildi anında ve uzun süreli nemlendirir. Bebek Dostudur. • Hipoalerjenik formül\* %0 Paraben, Phthalate, Phenoxyethanol, Bisphenol A ve S, Kafein ve Alkol \* Alerji riskini minimize edecek şekilde formüle edilmiştir. KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Cildi nemlendirerek rahatlatma etkisi test edilmiştir. Zengin ve yumuşak ancak yağlı olmayan balsam ciltte kolayca emilir. Cildin esnekliğini geri kazanmasına yardımcı olur ve yapışkanlık hissi bırakmaz* ” ifadelerine, **“Vücut Toparlanmasını Destekleyici Jel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Doğum sonrası cilt için özel olarak formüle edilmiş Mustela Vücut Toparlanmasını Destekleyici Jel, doğal aktif içerikler sayesinde cildin doğum sonrası toparlanmasını destekler: Patentli doğal aktif içerik olan Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır, cilt elastikiyetinin artmasını destekler ve cildin yumuşamasını ve rahatlamasını sağlar. Centella asiatica sayesinde dokuların sıkılığının yeniden sağlanmasına destek olur. Sophora japonica bitki özü sayesinde, cilt siluetinin (görüntü) yeniden şekillenmesine destek olur. Bebek Dostudur. • Hipoalerjenik formül\* • Doğum öncesi ve sonrası dönemde kullanımı güvenlidir.• Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir içeriği İÇERMEZ ! KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Cildi toparlayıcı etkinliği test edilmiştir. En az 1 ay boyunca karın, kalça, basen ve kol bölgesinde kullanınız. Cildi yumuşatır ve rahatlatır. Sezaryen doğum halinde, dikiş bölgesi üzerine masaj yapmak için birkaç hafta bekleyin. %0 Paraben, Phthalate, Phenoxyethanol, Bisphenols A ve S, Kafein ve Alkol \* Alerji riskini minimize edecek şekilde formüle edilmiştir.* ” ifadelerine, **“Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Hamileler ve yeni annelerin göğüs bölgesi için (göğüs ve boyun bölgesi) için özel olarak formüle edilmiş Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum içeriğindeki doğal aktif içerikler sayesinde göğüs bölgesinin toparlanmasına yardımcı olur. Patentli doğal aktif içerik olan Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır, cilt elastikiyetinin artmasını destekler, cildi yumuşatır ve rahatlatır. Centella asiatica sayesinde dokuların sıkılığının yeniden sağlanmasına destek olur. Cilt elastikiyeti için, Elastoregulator® adlı aktif içeriği sayesinde göğüs bölgesindeki cilt kalitesinin artmasını destekler. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ! KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Göğüs bölgesini toparlamayı destekleyici etkinliği test edilmiştir. Emzirme döneminde kullanılabilir. (emzirme hijyen kurallarına uyulmalıdır) %0 Paraben, Phythalate, Phenoxyethanol, Bisphenols A ve S, Kafein ve Alkol \* Alerji riskini minimize edecek şekilde formüle edilmiştir. Bu serum içerdiği güçlü aktif maddeler ile cilt tarafından kolayca emilir. Emzirme döneminde kullanılabilir. (emzirme hijyen kurallarına uyulmalıdır)”* ifadelerinin*,* ayrıca **“Rahatlatıcı Bacak Jeli”** isimli ürün ambalajında;“*Hypoallergenic1* 1*Formulated to minimize the risk of allergic reactions. Safety for mum and baby.Assessed for safety for mom and baby during pre- natal and post-partum pregnancy. Tested under dermatological and phlebological control*” ifadelerine, **“Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum”** isimli ürün ambalajında; “*Bust Firming. Firm skin:91%\* \* 91% of women felt skin was firmer, 81% felt more toned and 69% felt skin was tighter\* Hypoallergenic1 1 Formulated to minimize the risk of allergic reactions. Assessed for safety for mom and baby during pre- natal and post-partum pregnancy. Compatible with breastfeeding2* 2 *In compliance with proper hygiene rules for berastfeeding. Clinical trial by self- assessment, scored firmness and measured favorable opinions by 32 post-partum women conducted over a 6 week period.”* ifadelerine, **“Çatlak Öncesi Kremi”** isimli ürün ambalajında; “*Helps prevent stretch marks: 96% agree\* 96 % of women did not develop strech marks\* Clinical trial conducted on 26 pregnant women who used this product throughout their pregnacies. Assessment carried out under gynecological control. Hypoallergenic1 1 Formulated to minimize the risk of allergic reactions. Safety form mom and baby. Assesed for safety for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy.* *Compatible with breastfeeding2 2 In compliance with proper hygiene rules for breastfeeding.”* ifadelerine, **“Vücut Toparlanmasını Destekleyici Jel”** isimli ürün ambalajlarında; “*Tones skin: 89% agree\* 89% of women felt skin was firmer, 78% saw a reduction in the appearance of unsightly fatty deposits\* Tested under dermatological control. Clinical trial on 100 women conducted over a 1 month period. Hypoallergenic1 1 Formulated to minimize the risk of allergic reactions. Safety form mom and baby. Assesed for safety for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. Compatible with breastfeeding2 2 In compliance with proper hygiene rules for breastfeeding.- %89’u cildi tonladığını kabul ediyor.\*”* ifadelerine, **“Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam”** isimli ürün ambalajlarında; “*Reduces scratchy skin: 86%* agree\* *Hypoallergenic1 1 Formulated to minimize the risk of allergic reactions.* *Compatible with breastfeeding2 2 In compliance with proper hygiene rules for breastfeeding. Safety tested for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. 89% of women immediately felt relieved and soothed, 86% had reduced sensations of dry, scratchy skin\* Tested under dermatological control.- \*Clinical trial by self –assessment on 37 pregnant women with dry skin conducted over a 2 week period.”* ifadelerine, “**Çatlak Serumu”** isimli ürün ambalajlarında; “*Stretch marks recovery. Reduces the appearance of stretch marks: 75% agree\* Safety for mom and baby. Hypoallergenic1 1 Formulated to minimize the risk of allergic reactions. Compatible with breastfeeding2 2 In compliance with proper hygiene rules for breastfeeding. Assessed for safety for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. Clinically proven results. 75% of women saw a decrease in the appearance of strech marks\* Tested under dermatological control. \*Clinical trial by self-assessment on 22 post-partum women conducted over a 3 month period.”* ifadelerine, **“Çatlak Öncesi Yağı”** isimli ürün ambalajlarında; “*Stretch marks prevention. Improves skin elasticity:98% agree\*Safety for mom and baby. Hypoallergenic1 1 Formulated to minimize the risk of allergic reactions. Compatible with breastfeeding2 2 In compliance with proper hygiene rules for breastfeeding. Assessed for safety for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. Clinically proven results. 98% of women saw an improvement in skin elasticity and resistance to stretching\* Tested under dermatological control. \*Clinical trial by self-assessment on 42 pregnat women conducted over a 4 week period.”* ifadelerine, muhtelif dergilerde yayınlanan **“Vücudumu Koruyorum, Bebeğimi Seviyorum”** başlıklı reklamlarda; *“Hamilelikten anneliğe. Hamilelikte ve sonrasında kullanabileceğiniz 7 uzman cilt bakım ürünü. Anne ve bebek için güvenli kullanım. Testlerle kanıtlanmış etkinlik. Doğal kökenli içerikler. %0 Paraben, Phthalate, Phenoxyethanol. Çevre dostu”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.mustela.com.tr](http://www.mustela.com.tr) adresli internet sitesinde **“Vitamin Bariyer 1.2.3 Pişik Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“1-Pişiği önlemeye, cildi yatıştırmaya destek 2- Koruma amaçlı her gün güvenli kullanım 3- Keyifli kullanım NEDEN PİŞİK OLUŞUYOR? Bebek cildi 0-2 yaş arası henüz gelişimini tamamlamadığından dış etkenlere karşı hassastır. İdrara ve dışkıya maruz kalma sonucu cildin koruyucu bariyeri hasar görür. Yeni Vitamin Bariyer 1.2.3 Pişik Kremi Nasıl Etki Ediyor? Patentli Avokado Özü, Avokado Perseose ile cildin koruyucu bariyerini destekler. Bir bitki özü olan patentli Alkasya Oxeoline ile cildin hasar görmemesi için destek olur. Patentli Ayçiçeği Yağı Distilatı ile cilt bariyerine destek olur. Mustela Vitamin Bariyer Pişik Kremi doğumdan itibaren kullanılmak üzere\* geliştirilmiştir. Pişiği önlemeye yardımcı, cildin güçlenmesine destek bakım için özel olarak formüle edilmiştir. Bariyer oluşturan yapısı sayesinde cildin etkin olarak korunmasına ve hassasiyetin (idrar, dışkı, bezlerin temasından oluşan) yatıştırılmasına yardımcı olur. Yatıştırıcı etkiye sahip Çinko oksit içerir. Patentli Ayçiçeği Yağı Distilatı ile cilt bariyerine destek olur. Bir bitki özü olan patentli Alkasya Oxeoline ile rahatsızlık hissinin yatıştırılmasını destekler ve cildin hasar görmemesi için destek olur. Avokado Özü patentli Avokado Perseose ile cildin koruyucu bariyerini destekler. Diyare (ishal) ve diş çıkarma dahil her koşulda kullanıma uygun Vitamin Bariyer Pişik Kremi cilt bariyerine ve cildin zenginliğini korumaya destek olur. \* Yeni doğandan itibaren kullanıma uygundur.* *%98 doğal kökenli içerikler. Cilt bariyerinin korunmasına ve gelişiminin desteklenmesine yardımcı olur. Alkasya Oxeoline: Cildin yatıştırılmasına yardımcı olur. Ayçiçeği Yağı Distilatı: Cildin koruyucu bariyerini destekler. Çinko oksit: Bariyer oluşumuna destek verir, cildi yatıştırır”* ifadelerine, **“Rahatlatıcı Bacak Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Hamilelik döneminde kilo artışına bağlı olarak, bacaklarda oluşan yorgunluk hissi için özel olarak formüle edilmiş Mustela Rahatlatıcı Bacak Jeli, doğal kökenli aktif içeriklerin bileşimi sayesinde, bacakları ferahlatıp rahatlamasına yardımcı olur: Hipoalerjenik formül\* Doğum öncesi ve sonrası dönemde kullanımı güvenlidir. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ!*” ifadelerine, **“Çatlak Serumu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Hamile ve yeni anneler için özel olarak formüle edilmiş Mustela Çatlak Serumu aktif içeriklerin ve vitaminlerin seçkin bileşimine sahiptir. Hipoalerjenik formül\* Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ!”* ifadelerine,**“Çatlak Öncesi Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ÖZELLİKLERİ: Hamileler ve yeni anneler için özel formüle edilmiştir. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ! KULLANIM ÖNERİSİ: Çatlak Öncesi Yağı, hamileliğin ilk ayından itibaren ve doğumdan 3 ay sonraya kadar kullanınız. Ürünü sabah ve akşam karın bölgesine, göğüslere, kalça bölgesine ve bacak bölgesine nazikçe masaj yaparak uygulayınız. Ürün, direkt olarak güneş ışığına maruz bırakılmamalıdır, oda sıcaklığında saklayınız”* ifadelerine,**“Çatlak Öncesi Kremi”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“ÖZELLİKLERİ: Hamileler ve yeni anneler için özel olarak formüle edilmiş, Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir içeriği İÇERMEZ! KULLANIM ÖNERİSİ: Çatlak Öncesi Kremi, hamileliğin ilk ayından itibaren ve doğumdan 3 ay sonraya kadar kullanınız”* ifadelerine, **“Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Hamileler ve yeni anneler için özel olarak formüle edilmiş Mustela Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam, bileşimindeki doğal aktif içerikler sayesinde cilt kuruluğuna karşı cildin yatışmasını destekler. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ! KULLANIM ÖNERİSİ: Hamileliğin ilk aylarından itibaren ve doğum sonrasında Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsamı tüm vücuda uygulayınız.*” ifadelerine, **“Vücut Toparlanmasını Destekleyici Jel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Doğum sonrası cilt için özel olarak formüle edilmiş Mustela Vücut Toparlanmasını Destekleyici Jel, doğal aktif içerikler sayesinde cildin doğum sonrası toparlanmasını destekler: Patentli doğal aktif içerik olan Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır, cilt elastikiyetinin artmasını destekler ve cildin yumuşamasını ve rahatlamasını sağlar. Centella asiatica sayesinde dokuların sıkılığının yeniden sağlanmasına destek olur. Sophora japonica bitki özü sayesinde, cilt siluetinin (görüntü) yeniden şekillenmesine destek olur. Bebek Dostudur. • Hipoalerjenik formül\* • Doğum öncesi ve sonrası dönemde kullanımı güvenlidir.• Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir içeriği İÇERMEZ ! KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Cildi toparlayıcı etkinliği test edilmiştir. En az 1 ay boyunca karın, kalça, basen ve kol bölgesinde kullanınız. Cildi yumuşatır ve rahatlatır. Sezaryen doğum halinde, dikiş bölgesi üzerine masaj yapmak için birkaç hafta bekleyin.*” ifadelerine, **“Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*ÖZELLİKLERİ: Hamileler ve yeni annelerin göğüs bölgesi için (göğüs ve boyun bölgesi) için özel olarak formüle edilmiş Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum içeriğindeki doğal aktif içerikler sayesinde göğüs bölgesinin toparlanmasına yardımcı olur. Patentli doğal aktif içerik olan Avokado Peptidleri sayesinde ciltteki gerginlik hissini rahatlatır, cilt elastikiyetinin artmasını destekler, cildi yumuşatır ve rahatlatır. Centella asiatica sayesinde dokuların sıkılığının yeniden sağlanmasına destek olur. Cilt elastikiyeti için, Elastoregulator® adlı aktif içeriği sayesinde göğüs bölgesindeki cilt kalitesinin artmasını destekler. Hamilelik döneminde kullanımı şüpheli bulunan hiçbir maddeyi İÇERMEZ! KANITLANMIŞ ETKİNLİK: Göğüs bölgesini toparlamayı destekleyici etkinliği test edilmiştir. Emzirme döneminde kullanılabilir. (emzirme hijyen kurallarına uyulmalıdır)”* ifadelerine, ayrıca **“Rahatlatıcı Bacak Jeli”** isimli ürün ambalajında; “*Assessed for safety for mom and baby during pre- natal and post-partum pregnancy*” ifadelerine, **“Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum”** isimli ürün ambalajında; “*Bust Firming. Firm skin:91%\* \* 91% of women felt skin was firmer, 81% felt more toned and 69% felt skin was tighter\* Assessed for safety for mom and baby during pre- natal and post-partum pregnancy”* ifadelerine, **“Çatlak Öncesi Kremi”** isimli ürün ambalajında; “*Clinical trial conducted on 26 pregnant women who used this product throughout their pregnacies. Assessment carried out under gynecological control. Safety form mom and baby. Assesed for safety for mom and baby during pre-natal and post-partum pregnancy.* *Compatible with breastfeeding2”* ifadelerine, **“Vücut Toparlanmasını Destekleyici Jel”** isimli ürün ambalajında; “*Tones skin: 89% agree\* 89% of women felt skin was firmer, 78% saw a reduction in the appearance of unsightly fatty deposits\* Safety form mom and baby. Assesed for safety for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. Compatible with breastfeeding2”* ifadelerine, **“Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam”** isimli ürün ambalajında; “*Reduces scratchy skin: 86%* agree\* *Compatible with breastfeeding2 Safety tested for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. 89% of women immediately felt relieved and soothed, 86% had reduced sensations of dry, scratchy skin\* \*Clinical trial by self –assessment on 37 pregnant women with dry skin conducted over a 2 week period.”* ifadelerine, “**Çatlak Serumu”** isimli ürün ambalajında; “*Stretch marks recovery. Reduces the appearance of stretch marks: 75% agree\* Safety for mom and baby. Compatible with breastfeeding2 Assessed for safety for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. Clinically proven results. 75% of women saw a decrease in the appearance of strech marks\* \*Clinical trial by self-assessment on 22 post-partum women conducted over a 3 month period.”* ifadelerine, **“Çatlak Öncesi Yağı”** isimli ürün ambalajında; “*Safety for mom and baby. Compatible with breastfeeding2 Assessed for safety for mom and baby during pre-natal and post- partum pregnancy. \*Clinical trial by self-assessment on 42 pregnat women conducted over a 4 week period.”* ifadelerine, muhtelif dergilerde yayınlanan **“Vücudumu Koruyorum, Bebeğimi Seviyorum”** başlıklı reklamlarda *“Hamilelikten anneliğe. Hamilelikte ve sonrasında kullanabileceğiniz 7 uzman cilt bakım ürünü. Anne ve bebek için güvenli kullanım”* 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 fizyolojik fonksiyonları yenilediğini, düzelttiğini veya değiştirdiğini iddia eden veya ima eden beyanların ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; dolayısıyla, söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların ve **altı çizili ürün isimlerinin** mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Bununla birlikte, **“Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum”** isimli ürün ambalajında yer verilen; “*Firm skin:91%\* \* 91% of women felt skin was firmer, 81% felt more toned and 69% felt skin was tighter\* Clinical trial by self- assessment, scored firmness and measured favorable opinions by 32 post-partum women conducted over a 6 week period.”* ifadelerinin, **“Çatlak Öncesi Kremi”** isimli ürün ambalajında yer verilen; “*Helps prevent stretch marks: 96% agree\* 96 % of women did not develop strech marks”* ifadelerinin, **“Çatlak Öncesi Yağı”** isimli ürün ambalajlarında yer verilen; “*Stretch marks prevention. Improves skin elasticity:98% agree”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bunlara ek olarak **“Çatlak Öncesi Yağ”**, **“Çatlak Öncesi Kremi”**, **“Vücut Toparlanmasını Destekleyici Jel”**, **“Çatlak Serumu”**, **“Göğüs Toparlanmasını Destekleyici Serum”**, **“Rahatlatıcı ve Nemlendirici Balsam”** isimli ürün ambalajlarında yer alan hamile görsellerinin kullanılmasının uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

-İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanununun 13 üncü maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Expanscience Laboratuvarları İlaç San. ve Paz. 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.

**10)**

**Dosya No: 2015/1694**

**Şikayet Edilen: DCB Kozmetik Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2015,30.03.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.deborahmilano.com.tr](http://www.deborahmilano.com.tr) adresli internet sitesinde **“Çatlaklara Karşı Etkili Sıkılaştırıcı Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…ve hamilelik, ani kilo alıp verme, ergenlik gibi dönemlerde meydana gelebilecek çatlakların oluşumunu engeller. Ciltteki fibroblast hücrelerinin korunmasını gerçekleştiren DLAB ELASTOPLUS COMPLEX ile formüle edilmiştir. Cilde elastikiyet sağlayan etkisi sayesinde çatlakların görünümünü minimize eder… ”* ifadelerine, **“Göğüslere Hacim Sağlayan Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göğüslere daha dolgun ve sıkı bir görünüm verir.”* ifadelerine, **“Göğüs Kaldırma Etkili Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağsız, kremsi yapıda ve hızlı emilebilen bu ürün yerçekimine meydan okuyan ve kaldırma etkisini sağlayan DLAB PUSH UP COMPLEX ile formüle edilmiştir.”* ifadelerine, **“Selülit Karşıtı Bakım kremi-Başlangıç Evresi (Masaj Gerektirmeyen Formül)”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yumuşak yapıdaki bu ürün yağ birikimini engelleyerek vücuttan atılmasını sağlayan DLAB AC COMPLEX ile formüle edilmiştir.”* ifadelerine, **“Selülit Karşıtı Bakım Kremi-İleri Evre (Masaj Gerektiren Formül)”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yumuşak yapıdaki bu ürün yağ birikimini engelleyerek vücuttan atılmasını sağlayan DLAB AC COMPLEX ile formüle edilmiştir*.” ifadelerine, **“Popo Bölgesi İçin Biçimlendirici Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yumuşak krem jel yapıdaki ürün yerçekimine meydan okuyan kaldırma etkisiyle cildi yeniden şekillendirir ve daha sıkı hale getirir.”* ifadelerine, **“Karın Ve Kalça İçin İnceltici Bakım kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Daha ince bir bel bölgesi için. Yumuşak yapıdaki bu ürün yağ metabolizmasına etki eden ve yağların birikmesini yavaşlatan DLAB SLIM COMPLEX ile formüle edilmiştir*.” ifadelerine, **“Kırışıklık Karşıtı Nemlendirici Gece Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yoğun nemlendirme özelliğine sahip besleyici gece kremi cilt tarafından anında emilir ve uyurken cildi onararak, çizgilerin görünümünü azaltır… İçeriğindeki “Hyaluronic Acid Nano-Vector” bileşeni cildi derinlemesine nemlendirir. “Biopeptid” bileşeni ise elastin ve kolajen liflerini destekleyerek cildin daha sıkı ve dolgun görünmesini sağlar. Böylelikle cilt daha genç bir görünüm kazanır. Vitamin E ile zenginleştirilmiş formül, cildi serbest radikallere karşı korurken; “Hematite” ekstresi sayesinde çizgilerin derinliği ve görünümü azalır. Etkinliği klinik testlerle kanıtlanmıştı*r. *4 hafta düzenli kullanım sonrası, cildin 10 yaş daha genç görünmesini sağlar. Böylelikle cilt daha genç bir görünüm kazanır. Vitamin E ile zenginleştirilmiş formül, cildi serbest radikallere karşı korurken;*…” ifadelerine, **“Kırışıklıklara Karşı Yoğun Etkili Nemlendirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“1 hafta düzenli kullanım sonrası cildin 10 yaş daha genç görünmesini sağlar. Anında emilen jel kıvamında dokusuyla cildin nem dengesini sağlar.1 ay düzenli kullanım sonrasında cilde fark edilir yumuşaklık kazandırır. Alın, ağız ve göz çevresindeki kazayağı çizgilerin görünümünü azaltmak için özellikle geliştirilmiştir”* ifadelerine, **“Sun Cream SPF30”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Formülü, güneş ışığı olmadan dahi etki gösteren kalıcı nemlendiriciler ve antioksidanların bir karışımı olan HYDRA 24 KOMPLEKSİ içermektedir. Fucogel 1000® cilt nemini arttırırken, Shea yağı cildi besler ve erken yaşlanma belirtilerini ortadan kaldırır. Yüksek Korumalı GÜNEŞ KREMİ YÜZ VE VÜCUT İÇİN Lezzetli ve sıcak amber kokusuna sahip, en açık ten ve hassas ciltleri bile korumak ve nemlendirmek üzere formüle edilmiş yoğun, besleyici krem. Hoş ve eşit tonda bronzluk sağlarken, cildi ultraviyole ışınlarının zararlı etkilerinden korur… Fiziksel ve kimyasal UVA ve UVB filtreleri içerir. Suya dayanıklıdır. Göz çevresindeki hassas cilt için de uygundur. Dermatolojik testlerden geçmiştir.”* ifadelerine, **“Sun Cream SPF 50”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Formülü, güneş ışığı olmadan dahi etki gösteren kalıcı nemlendiriciler ve antioksidanların bir karışımı olan HYDRA 24 KOMPLEKSİ içermektedir. UVA ve UVB karşıtı fiziksel ve kimyasal engelleyicilerin bileşimi kızarıklığı ve ultraviyole ışınlarının zararlı etkilerinden kaynaklanan cilt yaşlanmasını önler. YÜKSEK KORUMALI GÜNEŞ KREMİ YÜZ VE VÜCUT İÇİN İpeksi bir his ve narin bir kokuya sahip, yoğun ve besleyici güneş kremi. En narin ve hassas ciltleri bile korur. Suya dayanıklıdır. Göz çevresindeki hassas cilt için de uygundur. Dermatolojik testlerden geçmiştir.* ” ifadelerine, “**Kırışıklık Karşıtı Nemlendirici Serum Göz Çevresi Bakım Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yoğun nemlendirme özelliğine sahip kırışıklık karşıtı göz çevresi bakım ürünüdür. Jel yapıda yoğun nemlendirme sağlayan ürün,… İçeriğindeki “Hyaluronic Acid Nano-Vector” bileşeni cildi derinlemesine nemlendirir. “Biopeptid” bileşeni ise elastin ve kolajen liflerini destekleyerek cildin daha sıkı ve dolgun görünmesini sağlar. “Gatuline®” bileşeni göz çevresinde mimiklerden dolayı oluşan çizgilerin görünümünü azaltır. Etkinliği klinik testlerle kanıtlanmıştır 1 hafta düzenli kullanım (günde 2 kez) sonrasında; göz çevresinde 5 yıla kadar gençleştirme sağlar”* ifadelerine, **“Yüz Ve Boyun İçin Yeniden Şekillendirici Konsantre Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yeniden yapılandırma ve sıkıştırma özelliğine sahip anında emilen yoğun nemlendirici jeldir.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.deborahmilano.com.tr](http://www.deborahmilano.com.tr) adresli internet sitesinde **“Çatlaklara Karşı Etkili Sıkılaştırıcı Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“…ve hamilelik, ani kilo alıp verme, ergenlik gibi dönemlerde meydana gelebilecek çatlakların oluşumunu engeller”* ifadelerine, **“Göğüslere Hacim Sağlayan Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Göğüslere daha dolgun ve sıkı bir görünüm verir.”* ifadelerine, **“Göğüs Kaldırma Etkili Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yağsız, kremsi yapıda ve hızlı emilebilen bu ürün yerçekimine meydan okuyan ve kaldırma etkisini sağlayan DLAB PUSH UP COMPLEX ile formüle edilmiştir.”* ifadelerine, **“Selülit Karşıtı Bakım Kremi-Başlangıç Evresi (Masaj Gerektirmeyen Formül)”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yumuşak yapıdaki bu ürün yağ birikimini engelleyerek vücuttan atılmasını sağlayan DLAB AC COMPLEX ile formüle edilmiştir.”* ifadelerine, **“Selülit Karşıtı Bakım Kremi-İleri Evre (Masaj Gerektiren Formül)”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yumuşak yapıdaki bu ürün yağ birikimini engelleyerek vücuttan atılmasını sağlayan DLAB AC COMPLEX ile formüle edilmiştir*.” ifadelerine, **“Popo Bölgesi İçin Biçimlendirici Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yumuşak krem jel yapıdaki ürün yerçekimine meydan okuyan kaldırma etkisiyle cildi yeniden şekillendirir ve daha sıkı hale getirir.”* ifadelerine, **“Karın Ve Kalça İçin İnceltici Bakım kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Daha ince bir bel bölgesi için. Yumuşak yapıdaki bu ürün yağ metabolizmasına etki eden ve yağların birikmesini yavaşlatan DLAB SLIM COMPLEX ile formüle edilmiştir*.” ifadelerine, **“Kırışıklık Karşıtı Nemlendirici Gece Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“4 hafta düzenli kullanım sonrası, cildin 10 yaş daha genç görünmesini sağlar. Böylelikle cilt daha genç bir görünüm kazanır. Vitamin E ile zenginleştirilmiş formül, cildi serbest radikallere karşı korurken;*…” ifadelerine, **“Kırışıklıklara Karşı Yoğun Etkili Nemlendirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“1 hafta düzenli kullanım sonrası cildin 10 yaş daha genç görünmesini sağlar.”* ifadelerine, **“Sun Cream SPF30”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Formülü, güneş ışığı olmadan dahi etki gösteren kalıcı nemlendiriciler ve antioksidanların bir karışımı olan HYDRA 24 KOMPLEKSİ içermektedir. Fucogel 1000® cilt nemini arttırırken, Shea yağı cildi besler ve erken yaşlanma belirtilerini ortadan kaldırır”* ifadelerine, **“Sun Cream SPF 50”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Formülü, güneş ışığı olmadan dahi etki gösteren kalıcı nemlendiriciler ve antioksidanların bir karışımı olan HYDRA 24 KOMPLEKSİ içermektedir. UVA ve UVB karşıtı fiziksel ve kimyasal engelleyicilerin bileşimi kızarıklığı ve ultraviyole ışınlarının zararlı etkilerinden kaynaklanan cilt yaşlanmasını önler.*” ifadelerine, “**Kırışıklık Karşıtı Nemlendirici Serum Göz Çevresi Bakım Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*1 hafta düzenli kullanım (günde 2 kez) sonrasında; göz çevresinde 5 yıla kadar gençleştirme sağlar”* ifadelerine, **“Yüz Ve Boyun İçin Yeniden Şekillendirici Konsantre Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yeniden yapılandırma ve sıkıştırma özelliğine sahip anında emilen yoğun nemlendirici jeldir.”* 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 ve **altı çizili ürün isimlerinin** mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan [www.deborahmilano.com.tr](http://www.deborahmilano.com.tr) adresli internet sitesinde **“Çatlaklara Karşı Etkili Sıkılaştırıcı Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Cilde elastikiyet sağlayan etkisi sayesinde çatlakların görünümünü minimize eder…”* ifadelerinin, **“Kırışıklık Karşıtı Nemlendirici Gündüz Bakım Kremi Kuru Ciltler İçin- SPF 10”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Yoğun nemlendirme özelliğine sahip kırışıklık karşıtı gündüz kremi cilt tarafından kolayca emilir. 4 hafta düzenli kullanım sonrası, cilt gözle görülür derecede sıkılaşır ve ciltteki kırışıklıkların görünümü azalır. İçeriğindeki “Hyaluronic Acid Nano-Vector” bileşeni cildi derinlemesine nemlendirir. “Biopeptid” bileşeni ise elastin ve kolajen liflerini destekleyerek cildin daha sıkı ve dolgun görünmesini sağlar. Böylelikle cilt daha genç bir görünüm kazanır. Etkinliği klinik testlerle kanıtlanmıştır.*” ifadelerinin, **“Kırışıklık Karşıtı Nemlendirici Gece Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Yoğun nemlendirme özelliğine sahip besleyici gece kremi cilt tarafından anında emilir ve uyurken cildi onararak, çizgilerin görünümünü azaltır… İçeriğindeki “Hyaluronic Acid Nano-Vector” bileşeni cildi derinlemesine nemlendirir. “Biopeptid” bileşeni ise elastin ve kolajen liflerini destekleyerek cildin daha sıkı ve dolgun görünmesini sağlar. Böylelikle cilt daha genç bir görünüm kazanır. Vitamin E ile zenginleştirilmiş formül, cildi serbest radikallere karşı korurken; “Hematite” ekstresi sayesinde çizgilerin derinliği ve görünümü azalır. Etkinliği klinik testlerle kanıtlanmıştı*r.” ifadelerinin, **“Kırışıklıklara Karşı Yoğun Etkili Nemlendirici Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Anında emilen jel kıvamında dokusuyla cildin nem dengesini sağlar.1 ay düzenli kullanım sonrasında cilde fark edilir yumuşaklık kazandırır. Alın, ağız ve göz çevresindeki kazayağı çizgilerin görünümünü azaltmak için özellikle geliştirilmiştir”* ifadelerinin, **“Sun Cream SPF30”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Yüksek Korumalı GÜNEŞ KREMİ YÜZ VE VÜCUT İÇİN Lezzetli ve sıcak amber kokusuna sahip, en açık ten ve hassas ciltleri bile korumak ve nemlendirmek üzere formüle edilmiş yoğun, besleyici krem. Hoş ve eşit tonda bronzluk sağlarken, cildi ultraviyole ışınlarının zararlı etkilerinden korur… Fiziksel ve kimyasal UVA ve UVB filtreleri içerir. Suya dayanıklıdır. Göz çevresindeki hassas cilt için de uygundur. Dermatolojik testlerden geçmiştir.”* ifadelerinin, **“Sun Cream SPF 50”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*YÜKSEK KORUMALI GÜNEŞ KREMİ YÜZ VE VÜCUT İÇİN İpeksi bir his ve narin bir kokuya sahip, yoğun ve besleyici güneş kremi. En narin ve hassas ciltleri bile korur. Suya dayanıklıdır. Göz çevresindeki hassas cilt için de uygundur. Dermatolojik testlerden geçmiştir.*” ifadelerinin, “**Kırışıklık Karşıtı Nemlendirici Serum Göz Çevresi Bakım Jeli”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Yoğun nemlendirme özelliğine sahip kırışıklık karşıtı göz çevresi bakım ürünüdür. Jel yapıda yoğun nemlendirme sağlayan ürün,… İçeriğindeki “Hyaluronic Acid Nano-Vector” bileşeni cildi derinlemesine nemlendirir. “Biopeptid” bileşeni ise elastin ve kolajen liflerini destekleyerek cildin daha sıkı ve dolgun görünmesini sağlar. “Gatuline®” bileşeni göz çevresinde mimiklerden dolayı oluşan çizgilerin görünümünü azaltır. Etkinliği klinik testlerle kanıtlanmıştır”* ifadelerinin, **“Yüz Ve Boyun İçin Yeniden Şekillendirici Konsantre Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Yeniden yapılandırma ve sıkıştırma özelliğine sahip anında emilen yoğun nemlendirici jeldir”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

- Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c; 5 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, 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No: 2015/1748**

**Şikayet Edilen: Oğuz SAVAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam: “KozmetikButik”** adlı hesap üzerinden [www.sanalpazar.com](http://www.sanalpazar.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“Amway Artistry Hydra-V Göz İçin Canlandırıcı Jel Krem”***isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.sanalpazar.com](http://www.sanalpazar.com) adresli internet sitesinin 11.11.2015 tarihli görünümünde yer alan ve **“KozmetikButik”** adlı hesap üzerinden yayınlanan **“Amway Artistry Hydra-V Göz İçin Canlandırıcı Jel Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Artistry Hydra-V Göz İçin Canlandırıcı Jel Krem anında ve kalıcı faydalar sağlamak üzere göz çevresindeki deriyi tazeleyen ve nemlendiren, yoğun nemlendirici özellikli, yağsız bir jel kremdir. Hafif ve ipeksi dokulu ürün hızla emilir ve hızlı ve etkili nemlendirme sağlar”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sanalpazar.com](http://www.sanalpazar.com) adresli internet sitesinin 11.11.2015 tarihli görünümünde yer alan ve **“KozmetikButik”** adlı hesap üzerinden yayınlanan **“Amway Artistry Hydra-V Göz İçin Canlandırıcı Jel Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Artistry Hydra-V Göz İçin Canlandırıcı Jel Krem anında ve kalıcı faydalar sağlamak üzere göz çevresindeki deriyi tazeleyen ve nemlendiren, yoğun nemlendirici özellikli, yağsız bir jel kremdir. Hafif ve ipeksi dokulu ürün hızla emilir ve hızlı ve etkili nemlendirme sağlar”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan fizyolojik fonksiyonları yenilediğini, düzelttiğini veya değiştirdiğini iddia eden veya ima eden beyanların ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; dolayısıyla, söz konusu ürünler 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 Yönetmeliğin 4/c; 5 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 **Oğuz SAVAŞ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**12)**

**Dosya No: 2015/913**

**Şikayet Edilen: Özmed Sağlık – Ömer ÖZKAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Nisan 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ozmedsaglik.com.tr](http://www.ozmedsaglik.com.tr) adresli internet sitesinin Nisan 2016 tarihli görünümünde **“Sport Vitamins Delay Sprey ve Masaj Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sport Vitamins Delay Sprey Ereksiyon süresini uzatabilir”* ifadelerine, **“Vichy Cellu Destock”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“- Vücudun bazı bölgeleri genetik olarak yağ depolamaya yatkındır. (Bel bölgesi, kalçalar, karın, basenler) ve kalori diyetlerine karşı etkinin az olduğu bölgelerdir.*

*- Cellu Destock içindeki Saf Kafein yağ hücrelerinin yakımında etkili bir tetikleyicidir.”* ifadelerine, **“Matrigen PPC Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Matrigen Krem' in yağ eritici etken maddesi PPC soyadan elde edilen bitkisel bir bileşimdir. İnsan vücudundaki yağları parçalar ve yok eder. Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi FDA tarafından etkinliği kabul edilen mucize bir formüldür. Son yıllarda bölgesel yağlanma ve selülit tedavisinde kullanılmaya başlanmıştır. Matrigen Krem Kullanımı:*

*1. Aşama: Vücutta yok edilmek istenen yağlı bölgeler belirlenir.*

*2.Aşama: Hedeflenen bölgeye Matrigen PPC Krem sürülür.*

*3.Aşama: Yağ hücreleri yanma ile birlikte sertleşir.*

*4.Aşama: Sertleşen yağ hücreleri parçalanır ve vücuttan atılır”* ifadelerine, **“Vichy Cellu Destock”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“- Vücudun bazı bölgeleri genetik olarak yağ depolamaya yatkındır. (Bel bölgesi, kalçalar, karın, basenler) ve kalori diyetlerine karşı etkinin az olduğu bölgelerdir.*

*- Cellu Destock içindeki Saf Kafein yağ hücrelerinin yakımında etkili bir tetikleyicidir.”* ifadelerine, **“Lierac Çatlak Kremi 3 Al 2 Öde”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hamileliğiniz boyunca kullanacağınız lierac çatlak kremi”* ifadelerine, **“Lierac Luminescence Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gündüz ve/veya gece, yıl boyunca veya yoğun bir tedavi için bu serumdan 3 damlayı, düzenli kullandığınız cilt bakım ürününden önce tek başına veya gündüz kreminiz, gece kreminiz, serumunuz, fondöteniniz ile karıştırarak kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Caudalie Vinoperfect Leke Karşıtı Serum Set”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Etki Alanı ve Faydaları:*

*Cilt bakımı ve leke problemini düzeltmeye yardımcı*

*Vinoperfect leke serumu içeriğindeki Caudalie patenti Viniferine sayesinde cildin leke oluşumuna karşı korunmasına ve cilt lekelerinin giderilmesine yardımcı olur.*

*Cilt tonunun eşitlenmesini ve cildin aydınlık ve ışıltılı bir görünüm kazanmasını destekler.*

*Fotonsensitif değildir”* ifadelerine, **“Dolce Vera Çil ve Leke Maskesi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çeşitli lekelerin giderilmesinde kullanılır”* ifadelerine, **“Bonie Selülit Bandı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bonie Selülit Bandı koruyucu şeffaf tabakadan ayırıp selülitli bölgeye yapıştırın.Bandı yapıştıracağınız cilt bölgesi temiz ve kuru olmalıdır.Bandı 24 saat sonra çıkartın.Bir sonraki uygulama takip eden 4.gün yapılmalıdır.Uygulama sonucundaki iyileşmenin homojen olması için bir sonraki uygulama cildin farklı bir bölgesine yapılmalıdır.İlk 3 haftalık düzenli kullanımla ciltte gözle görünür iyileşme sağlanacaktır. İl Sağlık Müdürlüğünün 29.08.2005 tarih ve 24 sayılı izni ile üretilmiştir”* ifadelerine, **“Revigen For Men”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç Çıkartıcı ve Canlandırıcı Formül*

*Revigen Erkek Şampuan Özellikleri:*

*Dökülmüş saçların yeniden çıkmasını sağlar,*

*Saç dökülmesini durdurur,*

*Saçları gürleştirir, saç tellerini kalınlaştırır,*

*Saçlı derideki aşırı yağlanmayı engeller,*

*Saçlı derinin beslenmesini sağlar.*

*Zengin içeriği ile Saç Köklerinizi Besler, Dolgunluk, Hacim ve Parlaklık Kazandırır.*

*Revigen şampuan ve Tonik Birlikte Kullanıldıklarında Saç Dökülmelerine Karşı Güçlü Etkinlik Sağlar.*

*Revigen Şampuan kullanım şekli:*

*saçlarınıza uyguladıktan sonra birkaç dakika bekleyin ve durulayın.*

*Revigen Erkek Şampuan Kullanım Alanı:*

*AKTiF MADDELER VE FAYDALARI*

*5aR enzim inhlbitörleri: Serenoa repens, ß-sitosterol, EPO : Saç köklerinin anagen evreye girmesi ile sağlıklı saç yapımını sağlar.*

*Vitaminler ve Mineraller: Vitamin A, Vitamin E, Biotin, Niasinamid, Pantenol: Saç köklerini besler ve saç kalitesini arırır.*

*Bitkisel Mix: Ginseng, üzüm çekirdeği, sage, horse chestnut, ısırgan otu, zencefil ekstreleri : Saçlara dolgunluk, hacim, parlaklık ve canlılık kazandırır. Saç kırılmalarını önler.*

*Antioksidanlar: EPO, Vit E, Ginseng, üzüm çekirdeği ekstresi : Saç köklerini zararlı oksijen radikallerine karşı korur.*

*SPF (Güneş koruma faktörü) UV-B Filtresi: Güneþin zararlı UV (ultraviyole) ışınlarına karşı saçları korur.*

*Elastab: Antidandruff - Kepeklenmeye karşı etkilidir ve yeniden kepek oluşumunu önler.*

*Keratinize ipek proteini, Buğday proteini, Phytantriol ­ : Hacim kazandırır, saç kırıklarını onarır.*

*Revigen şampuan saç derisi sağlığını korur. Saçlara hacim, canlılık, parlaklık ve sağlıklı görünüm kazandınr. Saç tellerinin dış etkenler ile bozulmasını önler. Kepeklenmeyi ortadan kaldırır ve yağlanmanın önüne geçer.*

*Uyarılar & Önlemler*

*REVIGEN hem erkekler hem kadınlar tarafından kullanılabilir. REVIGEN yalnız saçlı derideki kıl köklerine etki eder. Vücut tüylerine ve bunların köklerine herhangi bir etkisi yoktur. Saç dökülmesini önlemek için en az 1 ay, saç çıkmasını sağlamak için en az 2 ay kullanılmalıdır. İstenildiği kadar kullanılabilir. Kullanımı kısıtlayıcı herhangi bir durum yoktur. REVIGEN tamamen doğal bir üründür. İstenilmeyen herhangi bir yan etkisi yoktur. Her yaş grubunda yer alan kişiler tarafından kullanılabilir.”* İfadelerine; **“Fresh Breath Ağız Spreyi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Antiseptik”* ifadelerine; **“Renoval Selülüt Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI 24.03.2005 Tarih 5324 Sayılı Kozmetik Kanuna göre Dermo Renoval Üretim Tesislerinde üretilmiştir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.ozmedsaglik.com.tr](http://www.ozmedsaglik.com.tr) adresli internet sitesinde yayınlanan **“Sport Vitamins Delay Sprey ve Masaj Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sport Vitamins Delay Sprey Ereksiyon süresini uzatabilir”* ifadelerine, **“Vichy Cellu Destock”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“- Vücudun bazı bölgeleri genetik olarak yağ depolamaya yatkındır. (Bel bölgesi, kalçalar, karın, basenler) ve kalori diyetlerine karşı etkinin az olduğu bölgelerdir.*

*- Cellu Destock içindeki Saf Kafein yağ hücrelerinin yakımında etkili bir tetikleyicidir.”* ifadelerine, **“Matrigen PPC Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Matrigen Krem' in yağ eritici etken maddesi PPC soyadan elde edilen bitkisel bir bileşimdir. İnsan vücudundaki yağları parçalar ve yok eder. Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi FDA tarafından etkinliği kabul edilen mucize bir formüldür. Son yıllarda bölgesel yağlanma ve selülit tedavisinde kullanılmaya başlanmıştır. Matrigen Krem Kullanımı:*

*1. Aşama: Vücutta yok edilmek istenen yağlı bölgeler belirlenir.*

*2.Aşama: Hedeflenen bölgeye Matrigen PPC Krem sürülür.*

*3.Aşama: Yağ hücreleri yanma ile birlikte sertleşir.*

*4.Aşama: Sertleşen yağ hücreleri parçalanır ve vücuttan atılır”* ifadelerine, **“Vichy Cellu Destock”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“- Vücudun bazı bölgeleri genetik olarak yağ depolamaya yatkındır. (Bel bölgesi, kalçalar, karın, basenler) ve kalori diyetlerine karşı etkinin az olduğu bölgelerdir.*

*- Cellu Destock içindeki Saf Kafein yağ hücrelerinin yakımında etkili bir tetikleyicidir.”* ifadelerine, **“Lierac Çatlak Kremi 3 Al 2 Öde”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Hamileliğiniz boyunca kullanacağınız lierac çatlak kremi”* ifadelerine, **“Lierac Luminescence Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gündüz ve/veya gece, yıl boyunca veya yoğun bir tedavi için bu serumdan 3 damlayı, düzenli kullandığınız cilt bakım ürününden önce tek başına veya gündüz kreminiz, gece kreminiz, serumunuz, fondöteniniz ile karıştırarak kullanabilirsiniz”* ifadelerine, **“Caudalie Vinoperfect Leke Karşıtı Serum Set”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Etki Alanı ve Faydaları:*

*Cilt bakımı ve leke problemini düzeltmeye yardımcı*

*Vinoperfect leke serumu içeriğindeki Caudalie patenti Viniferine sayesinde cildin leke oluşumuna karşı korunmasına ve cilt lekelerinin giderilmesine yardımcı olur.*

*Cilt tonunun eşitlenmesini ve cildin aydınlık ve ışıltılı bir görünüm kazanmasını destekler.*

*Fotonsensitif değildir”* ifadelerine, **“Dolce Vera Çil ve Leke Maskesi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Çeşitli lekelerin giderilmesinde kullanılır”* ifadelerine, **“Bonie Selülit Bandı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Bonie Selülit Bandı koruyucu şeffaf tabakadan ayırıp selülitli bölgeye yapıştırın. Bandı yapıştıracağınız cilt bölgesi temiz ve kuru olmalıdır. Bandı 24 saat sonra çıkartın. Bir sonraki uygulama takip eden 4.gün yapılmalıdır. Uygulama sonucundaki iyileşmenin homojen olması için bir sonraki uygulama cildin farklı bir bölgesine yapılmalıdır. İlk 3 haftalık düzenli kullanımla ciltte gözle görünür iyileşme sağlanacaktır”* ifadelerine, **“Revigen For Men”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Saç Çıkartıcı ve Canlandırıcı Formül*

*Revigen Erkek Şampuan Özellikleri:*

*Dökülmüş saçların yeniden çıkmasını sağlar,*

*Saç dökülmesini durdurur,*

*Saçları gürleştirir, saç tellerini kalınlaştırır,*

*Saçlı derideki aşırı yağlanmayı engeller,*

*Saçlı derinin beslenmesini sağlar.*

*Zengin içeriği ile Saç Köklerinizi Besler, Dolgunluk, Hacim ve Parlaklık Kazandırır.*

*Revigen şampuan ve Tonik Birlikte Kullanıldıklarında Saç Dökülmelerine Karşı Güçlü Etkinlik Sağlar.*

*Revigen Şampuan kullanım şekli:*

*saçlarınıza uyguladıktan sonra birkaç dakika bekleyin ve durulayın.*

*Revigen Erkek Şampuan Kullanım Alanı:*

*AKTiF MADDELER VE FAYDALARI*

*5aR enzim inhlbitörleri: Serenoa repens, ß-sitosterol, EPO: Saç köklerinin anagen evreye girmesi ile sağlıklı saç yapımını sağlar.*

*Vitaminler ve Mineraller: Vitamin A, Vitamin E, Biotin, Niasinamid, Pantenol: Saç köklerini besler ve saç kalitesini arırır.*

*Bitkisel Mix: Ginseng, üzüm çekirdeği, sage, horse chestnut, ısırgan otu, zencefil ekstreleri: Saçlara dolgunluk, hacim, parlaklık ve canlılık kazandırır. Saç kırılmalarını önler.*

*Antioksidanlar: EPO, Vit E, Ginseng, üzüm çekirdeği ekstresi: Saç köklerini zararlı oksijen radikallerine karşı korur.*

*SPF (Güneş koruma faktörü) UV-B Filtresi: Güneþin zararlı UV (ultraviyole) ışınlarına karşı saçları korur.*

*Elastab: Antidandruff - Kepeklenmeye karşı etkilidir ve yeniden kepek oluşumunu önler.*

*Keratinize ipek proteini, Buğday proteini, Phytantriol ­ : Hacim kazandırır, saç kırıklarını onarır.*

*Revigen şampuan saç derisi sağlığını korur. Saçlara hacim, canlılık, parlaklık ve sağlıklı görünüm kazandınr. Saç tellerinin dış etkenler ile bozulmasını önler. Kepeklenmeyi ortadan kaldırır ve yağlanmanın önüne geçer.*

*Uyarılar & Önlemler*

*REVIGEN hem erkekler hem kadınlar tarafından kullanılabilir. REVIGEN yalnız saçlı derideki kıl köklerine etki eder. Vücut tüylerine ve bunların köklerine herhangi bir etkisi yoktur. Saç dökülmesini önlemek için en az 1 ay, saç çıkmasını sağlamak için en az 2 ay kullanılmalıdır. İstenildiği kadar kullanılabilir. Kullanımı kısıtlayıcı herhangi bir durum yoktur. REVIGEN tamamen doğal bir üründür. İstenilmeyen herhangi bir yan etkisi yoktur. Her yaş grubunda yer alan kişiler tarafından kullanılabilir.”* ifadelerine, **“Fresh Breath Ağız Spreyi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Antiseptik”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan, söz konusu internet sitesinde yer alan **“Renoval Selülüt Bakım Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“T.C. SAĞLIK BAKANLIĞI 24,03,2005 Tarih 5324 Sayılı Kozmetik Kanuna göre Dermo Renoval Üretim Tesislerinde üretilmiştir”*  şeklinde, **“Bonie Selülit Bandı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İl Sağlık Müdürlüğünün 29.08.2005 tarih ve 24 sayılı izni ile üretilmiştir”*  şeklinde ifadeler ile söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, ancak ilgili Bakanlıktan alınan izin, ruhsat gibi belgelerin sadece o ürünün üretim ve/veya ithalat işlemlerine yönelik olduğu ve söz konusu ürünün bahsedilen etkileri göstereceğine ilişkin bir onay teşkil etmediği ve tüketicileri yanıltıcı nitelikte sağlık beyanlarına yer verildiği,

Bunlara ek olarak, [www.ozmedsaglik.com.tr](http://www.ozmedsaglik.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif kozmetik ürünlere ilişkin benzer nitelikteki tanıtımların ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddeleri,

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

- İspençiyari ve Tıbbi Müstahzarlar Kanunu’nun 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 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**13)**

**Dosya No: 2016/132**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Dalin Sıvı Çamaşır Deterjanı”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ürün ambalajı

**Tespitler:** Şubat 2016 döneminde ***“Dalin Sıvı Çamaşır Deterjanı”*** isimli ürüne ilişkin olarak [www.dalin.com.tr](http://www.dalin.com.tr) ve [www.hassasciltler.com](http://www.hassasciltler.com) adresli internet siteleri ile firmanıza ait Youtube sayfasında, muhtelif televizyon kanalları ile dergilerde ve ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda; *“Likit yapısı sayesinde kolayca durulanır, bebeğinizin hassas cildini tahriş edebilecek kalıntılar bırakmaz. Dalin Sıvı Çamaşır Deterjanının formülü bebeğinizin çamaşırlarında oluşabilecek mama, süt, meyve vb. inatçı lekelerin temizlenmesi için özel olarak geliştirilmiştir. Dermatolojik olarak test edilmiştir”, “…bebeğinizin hassas cildini tahriş edebilecek kalıntılar bırakmaz. Bebek çamaşırlarında oluşması muhtemel lekelere karşı özel olarak formüle edilmiştir… Özel formülü sayesinde bebeklerin beslenmesi sırasında üzerlerine dökülen mama, süt, meyve vb. zor lekelerin üstesinden kolayca gelmektedir. Dermatolojik olarak test edilmiştir”, “Bebek giysilerine oluşabilecek süt, mama, çikolata ve meyve lekesi gibi en zorlu lekelere karşı etkilidir. Ciltte tahrişe neden olabilecek deterjan kalıntısı bırakmaz. Boya içermez”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından **“Dalin Sıvı Çamaşır Deterjanı”** isimli ürüne ilişkin olarak [www.dalin.com.tr](http://www.dalin.com.tr) ve [www.hassasciltler.com](http://www.hassasciltler.com) adresli internet sitelerinde ve ürün ambalajında yer verilen; *“Dalin Sıvı Çamaşır Deterjanının formülü bebeğinizin çamaşırlarında oluşabilecek mama, süt, meyve vb. inatçı lekelerin temizlenmesi için özel olarak geliştirilmiştir.”, “Bebek çamaşırlarında oluşması muhtemel lekelere karşı özel olarak formüle edilmiştir… Özel formülü sayesinde bebeklerin beslenmesi sırasında üzerlerine dökülen mama, süt, meyve vb. zor lekelerin üstesinden kolayca gelmektedir”, “Bebek giysilerine oluşabilecek süt, mama, çikolata ve meyve lekesi gibi en zorlu lekelere karşı etkilidir”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**14)**

**Dosya No: 2016/198**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *"Dalin Bebek Şampuanı", “Dalin Papatya Özlü Bebek Şampuanı”, “Normal Şampuan”, “Kremli Şampuan”, “Saç ve Vücut Şampuanı”*** isimli ürünlere ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV, İnternet, Ürün ambalajı

**Tespitler: “Dalin Bebek Şampuanı”** isimli ürünlere ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında ve anılan firmaya ait Youtube sayfasında yayınlanan reklamlarda ana vaat olarak yer verilen; *“Haydi millet banyoya, bıcı bıcı dansına, hiç yanmadan gözlerin dalin’le banyoya, bıcı bıcı yaparım dalin’le, ipek gibi saçlarım, mis gibi kokarım. Annelerin 1 numaralı tercihi. Alkol, SLS, paraben içermez”* ifadelerine, [www.dalin.com.tr](http://www.dalin.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajlarında **“Normal Şampuan”** isimli ürüne ilişkin olarak yayımlanan tanıtımlarda; *“Özel geliştirilmiş gerçek göz yakmayan saf formülü ile bebeklerin hassas ciltlerini kurutmadan saç ve saç derisini temizler. Yurt dışında yapılan iritasyon testleri yapılmıştır. Hipoalerjeniktir. Sabun içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Kremli Şampuan”** isimli ürüne ilişkin olarak yayımlanan tanıtımlarda; *“Dalin Kremli Bebek Şampuanı özel geliştirilmiş göz yakmayan saf formülü ile bebeğinizin hassas cildini kurutmadan, saç ve saç derisini temizler. Hoş kokusuyla bebeğiniz için ideal bir şampuandır. Şampuan ve Saç Kreminin bir arada bulunduğu formülü ile bebeğinizin saçlarının daha kolay taranmasını parlak ve yumuşak olmasını sağlar. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Saç ve Vücut Şampuanı”** isimli ürüne ilişkin olarak yayımlanan tanıtımlarda; *“Lavanta özünün yumuşatıcı, papatya özünün rahatlatıcı etkisi ile bebeklerin ve yetişkinlerin, hem saç hem de vücut temizliğinde güvenle kullanılır. Yumuşak formülü saç ve saç derisini temizler, cildi kurutmaz. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Dalin Bebek Şampuanı”** adlı ürün içeriğinde tahriş edici özellikteki “Phenoxyethanol” isimli bileşen yer almasına rağmen, reklamlarda *“Yenidoğan ve prematüre bebekler için idealdir”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerin ***"Dalin Bebek Şampuanı", “Dalin Papatya Özlü Bebek Şampuanı”, “Normal Şampuan”, “Kremli Şampuan”, “Saç ve Vücut Şampuanı”*** isimli ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda yer verilen ifadeleri ispatladığı ve reklamlarda Reklam Mevzuatına aykırılık teşkil eden bir husus bulunmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2016/203**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Dalin Kremli Havlu Mendil”, “Dalin Havlu Mendil”, “Soft&Clean Temizleme Mendili”, “Dalin Cep Mendili”, “Dalin Organik Pamuk Mendil”, “Dalin Organik Yenidoğan Mendil”*** isimli ürünlere ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Şubat 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ürün ambalajı

**Tespitler: “Dalin Kremli Havlu Mendil”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dalin kremli yeni formülüyle bebeklerinizin cildine nemlendirerek bakım yapar, yumuşaklık kazandırır, özel yapısı ile tahriş oluşumunu engeller. Dalin ıslak mendiller, su bazlı özel solüsyonu ve hoş kokusu ile bebek temizliğinde güvenle kullanabileceğimiz bakım ürünleridir. Bebeklerin hem altını hem vücudunu temizleyebilirsiniz. Cildin ph dengesi ile uyumludur, Alkol ve boya maddesi içermez, dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Dalin Havlu Mendil”, “Soft&Clean Temizleme Mendili”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Kalın yumuşak dokusu ile bebeğin cildini tahriş etmeden temizler. Dalin Islak Mendiller, su bazlı özel solüsyonu ve hoş kokusu ile bebek temizliğinde güvenle kullanabileceğiniz bakım ürünleridir. Bebeklerin hem altını, hem vücudunu temizleyebilirsiniz. Cildin pH dengesi ile uyumludur. Alkol ve boya maddesi içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Dalin Cep Mendili”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin pH dengesi ile uyumludur. Alkol ve boya maddesi içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Dalin Organik Pamuk Mendil”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Parfümsüz özel solüsyonu ve organik pamuk özlü yapısıyla bebek temizliğinde güvenli ve yumuşak bir bakım sağlar. Bebeğinizin hem altını, hem vücudunu temizleyen hijyenik bir üründür. İpek gibi yumuşak dokusu ile sağlıklı ve dayanıklıdır. Cildin pH dengesi ile uyumludur, yenidoğan ve prematüre bebekler için idealdir. Alkol, boya maddesi, sabun, parfüm içermez. Hipoalerjeniktir”* ifadelerine, **“Dalin Organik Yenidoğan Mendil”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Parfümsüz özel solüsyonu ve organik pamuk özlü yapısıyla bebek temizliğinde güvenli ve yumuşak bir bakım sağlar. Bebeğinizin hem altını hem vücudunu temizleyen hijyenik bir üründür. İpek gibi yumuşak dokusu ile sağlıklı ve dayanıklıdır, kolay yırtılmaz. Cildin pH dengesi ile uyumludur. Yenidoğan ve prematüre bebekler için idealdir”* ifadelerine yer verildiği ve **“Dalin Organik Pamuk Mendil”** ve **“Dalin Organik Yenidoğan Mendil”** isimli ürüne ilişkin ürün içeriğinde tahriş edici özellikteki “Phenoxyethanol” isimli bileşen yer almasına rağmen, reklamlarda yenidoğanlar için uygun olduğunun belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerin ***“Dalin Kremli Havlu Mendil”, “Dalin Havlu Mendil”, “Soft&Clean Temizleme Mendili”, “Dalin Cep Mendili”, “Dalin Organik Pamuk Mendil”, “Dalin Organik Yenidoğan Mendil”*** isimli ürünlere ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda yer verilen ifadeleri ispatladığı ve reklamlarda Reklam Mevzuatına aykırılık teşkil eden bir husus bulunmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2016/246**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Dalin Hipoalerjenik Yüzey Temizleyici”*** isimli ürüne ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2016, 05.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ürün ambalajı

**Tespitler:** [www.dalin.com.tr](http://www.dalin.com.tr) adresli internet sitesinin 07.04.2016 tarihli görünümünde yar alan “**Natural Soft Hipoalerjenik Yüzey Temizleyici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda;

*“Natural kokulu Dalin hipoalerjenik yüzey temizleyici, bebeğinizin odasını ve bütün evinizi özenle temizler.*

*İçeriğindeki bileşenlerin %98’i doğaldır.*

*Hassas ciltler için özel geliştirilmiştir.*

*Cildi tahriş etmez.*

*Hipoalerjeniktir.*

*Ph-nötrdür.*

*Fosfat ve zararlı solventler içermez.*

*Yıkanabilir bütün yüzeylerde(seramik, fayans, mermer, mozaik, granit), ahşap ve halılarda güvenle kullanılabilir.*

*Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, **“Floral Soft Hipoalerjenik Yüzey Temizleyici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Floral kokulu Dalin hipoalerjenik yüzey temizleyici, bebeğinizin odasını ve bütün evinizi özenle temizler.*

*İçeriğindeki bileşenlerin %98’i doğaldır.*

*Hassas ciltler için özel geliştirilmiştir.*

*Cildi tahriş etmez.*

*Hipoalerjeniktir.*

*Ph-nötrdür.*

*Fosfat ve zararlı solventler içermez.*

*Yıkanabilir bütün yüzeylerde(seramik, fayans, mermer, mozaik, granit), ahşap ve halılarda güvenle kullanılabilir.*

*Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine, [www.hassasciltler.com](http://www.hassasciltler.com) adresli internet sitesinin 05.08.2016 tarihli görünümünde yar alan “**Dalin Hipoalerjenik Yüzey Temizleyici”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Dalin yüzey temizleyici, bebeğinizin odasını ve bütün evinizi özenle temizler.*

*Hassas ciltler için özel geliştirilmiştir.*

*Cildi tahriş etmez.*

*Hipoalerjeniktir.*

*Ph-nötrdür.*

*Fosfat ve zararlı solventler içermez.*

*İçeriğindeki yüzey aktif maddelerin tamamı doğal kaynaklıdır.*

*Yıkanabilir bütün yüzeylerde(seramik, fayans, mermer, mozaik, granit), ahşap ve halılarda güvenle kullanılabilir.*

*İçeriğindeki bileşenlerin %98’i doğaldır.*

*Dermatolojik olarak test edilmiştir”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından sunulan bilgi ve belgelerin ***“Dalin Hipoalerjenik Yüzey Temizleyici”*** isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklamlarda yer verilen ifadeleri ispatladığı ve reklamlarda Reklam Mevzuatına aykırılık teşkil eden bir husus bulunmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2016/1523**

**Şikayet Edilen: Derman İlaçlama – Ümit USLUCAN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dermanilaclama.com](http://www.dermanilaclama.com) adresli internet sitesinin 04.08.2016 tarihli görünümünde; *“Böcek ilaçlama-* *0545 818 2417. Derman İlaçlama ile böcek ve haşere sıkıntılarına artık bir son deyin. Profesyonel ilaçlama firması olarak sizlere tecrübeli ve eğitimli personellerimiz ile kaliteli ilaçlama hizmeti vermekteyiz. Haşere ve böcek ilaçlama hizmetimizde kullandığımız ilaçlarımız kalitesiyle tecrübeli personellerimizin ilaçlama hizmetlerini birleştirdiğimizde siz müşterilerimizin her zaman yüzlerini güldürmeyi başarmaktayız. Derman İlaçlama firmamız yıllardır ilaçlama sektöründe sizlere profesyonelce ilaçlama hizmeti vermektedir. Ev veya iş yerinizdeki tüm böcek ve haşere sıkıntılarınızı derman ilaçlama firmamız her zaman son teknoloji ürünlerini bünyesine katarak sizlere kesin çözüm ilaçlama sistemi ve garantili ilaçlama sistemlerimiz ile ilaçlama hizmeti sunmaktayız. Kesin çözüm ilaçlama. Garanti ilaçlama. Bebek olan evde ilaçlama… Sisleme ilaçlamada kullanılan ilaçlarımız İl Sağlık Müdürlüğü tarafından onaylı olup kesinlikle insan sağlığını tehdit etmemektedir”* gibi ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmanın *Biyosidal Ürün Uygulama Belgesi* bulunmamasına rağmen, biyosidal ürün uygulama hizmeti verildiği ve firmaya ait [www.dermanilaclama.com](http://www.dermanilaclama.com) adresli internet sitesinde; *“Böcek ilaçlama-* *0545 818 2417. Derman İlaçlama ile böcek ve haşere sıkıntılarına artık bir son deyin. Profesyonel ilaçlama firması olarak sizlere tecrübeli ve eğitimli personellerimiz ile kaliteli ilaçlama hizmeti vermekteyiz. Haşere ve böcek ilaçlama hizmetimizde kullandığımız ilaçlarımız kalitesiyle tecrübeli personellerimizin ilaçlama hizmetlerini birleştirdiğimizde siz müşterilerimizin her zaman yüzlerini güldürmeyi başarmaktayız. Derman İlaçlama firmamız yıllardır ilaçlama sektöründe sizlere profesyonelce ilaçlama hizmeti vermektedir. Ev veya iş yerinizdeki tüm böcek ve haşere sıkıntılarınızı derman ilaçlama firmamız her zaman son teknoloji ürünlerini bünyesine katarak sizlere kesin çözüm ilaçlama sistemi ve garantili ilaçlama sistemlerimiz ile ilaçlama hizmeti sunmaktayız. Kesin çözüm ilaçlama. Garanti ilaçlama. Bebek olan evde ilaçlama… Sisleme ilaçlamada kullanılan ilaçlarımız İl Sağlık Müdürlüğü tarafından onaylı olup kesinlikle insan sağlığını tehdit etmemektedir”* gibi ifadeleri içeren tanıtımlara yer verildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünlerin Kullanım Usul Ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 5 inci 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; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**SAĞLIK**

**18)**

**Dosya No: 2016/80**

**Şikayet Edilen: Burcu KARDAŞ ARSLAN (Estegyn Beauty Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.estegynbeauty.com](http://www.estegynbeauty.com) adresli internet sitesinin 18.07.2016 tarihli görünümlerinde;

Ana sayfada: *“BURADA HER ŞEY SİZE ÖZEL. Kişisel İhtiyaçlarınıza Özel Çözümler. Neden Estegyn Beauty Güzellik Merkezini Seçmelisiniz? Çünkü bizim hedefimiz İstanbul ve Türkiye'nin en önemli estetik merkezlerinden biri haline gelmek olup bunun için tüm imkanlarımızla bıkmadan usanmadan çalışıyoruz. ...Merkezimizde her şeyden önce müşterilerimizin sağlığına ve memnuniyetine öncelik veriyoruz. Cilt Gençleştirme hizmetlerimiz kapsamında yaşlanma geciktirici amaçlı Nd-YAG ve Er-YAG lazer uygulamaları, botox-dolgu enjeksiyonu, radyo frekans, medikal cilt bakımı ve ultrason (HİFU) tedavileri uygulanmaktadır. Bu amaçla geliştirilmiş en son teknolojiye sahip alanında lider markaların cihazları ile hizmet veriyoruz. Lazerle Medikal Uygulamalar Merkezimizde son teknoloji lazer cihazlarla aşırı terleme, ayak tırnağı mantarı, horlama ve uyku apnesi, bayanlarda idrar kaçırma, vajinal genişlik ve kuruluk gibi sorunlara başarılı çözümler sunulmaktadır. Lazer Epilasyon: Merkezimizde konusunda uzman ekibimiz tarafından doktor kontrolünde en son teknoloji ürünü ve dünyanın önde gelen markaları ile epilasyon işlemi yapılmaktadır. Dört mevsim her cilt ve kıl tipine uygun ağrısız lazer epilasyon sonrası cildinizdeki ışıltıyı ve ferahlığı hemen fark edeceksiniz. Estegyn Beauty Güzellik Merkezi olarak; Alanında uzman doktorlarımız ve deneyimli estetisyen ekibimizle size dünyada kendini kanıtlamış lider markalardan en son teknoloji ürünü cihazlar ve medikal ürünlerle en iyi hizmeti vermeyi ilke edindik. Estegyn Beauty Güzellik Merkezi'nde, amacımız müşterilerimizin herzaman %100 memnuniyetini sağlamaktır.”* ifadelerine, *“Estegyn kliniği bir arkadaşımın tavsiyesi üzerine bulmuştum. İlk görüşmeye gittiğimde çalışanların güleryüzü ve ilgisi beni çok etkiledi. Doktor hanımla görüştükten sonra da artık net kararımı verdim. Ameliyatsız yüz germe işlemini uzun zamandır araştırıyordum. Bununla ilgili birçok cihaz kullanılıyor, herkes farklı yorumlar yazmış. Bana önce deneme amaçlı yüzümün bir yarısına işlem yaptılar ve farkı görmemi istediler. İnanın işlemden hemen sonra kaşımın kalkmış olduğunu ve elmacık kemiğimin yukarı doğru dolgunlaştığını gözlerimle gördüm ve hemen işlemi yaptırmaya karar verdim. Sonuçtan çok memnunum... Ekipleri muhteşem, merkezleri çok nezih ve hijyenik. Herkese içtenlikle tavsiye ederim. Yaptırdığım lazer epilasyondan inanılmaz memnun kaldım yaza tertemiz girmenin mutluluğunu yaşıyorum… ıllardır yüzümdeki akne lekeleri çukurlardan dolayı makyajsız dışarı çıkamayan ben artık sıfır makyajla dolaşabiliyorum kaç doktora gittim sadece krem verip yolladılar son çare ve umutsuz bi şekilde başladığımız dermapen uygulamasında 3. seansta etkisini gördüm Muazzez ekip olarak da ilgili ve gerçekten profesyonel bi kadro… Estegyn Beauty de yaptırmış olduğum akne izlerimin tedavisinde çok iyi sonuç aldım. Yapmış oldukları uygulamalarla artık makyajsız bir şekilde dolaşabiliyorum ve çok mutluyum. Herkese çok teşekkür ederim… Estegyn Beauty ile tanışmam bir arkadaşım sayesinde gerçekleşti. Buz lazer ile başlayan tanışmam ve memnuniyetim sonrası selülit görüntümden de kurtuldum daha sıkı bir vücutla yaza gireceğimden dolayı muhteşem ekibe teşekkürler… Burcu Hanım 'a yaptırdığım Lazer ile Cilt Gençleştirme ve diğer uygulamalardan çok memnunum. Güler yüzünüz ve ilginiz İçin teşekkürler... Ellerinize sağlık… Ben Estegyn beauty güzellik merkezine epilasyon için gitmiştim. Öncelikle beni güler yüzlü bir ekip karşıladı. Epilasyon ile ilgili detaylı bilgi aldıktan sonra beni kadın doğum uzmanları doktor hanım muayene etti ve hormonal bir dengesizliğim olup olmadığına baktılar. Kullandıkları cihaz hakkında bilgi verdikten sonra işlem yapıldı. İşlem sırası hiçbir ağrı veya acı hissetmedim, çok memnun kaldım. Merkezlerinde kullanılan cihazların hepsi çok kaliteli, estetisyenleri çok profesyonel. Ben çok memnun kaldım. Tüm ekibe buradan bir kez daha teşekkür ederim… Estegyn kliniği bir arkadaşımın tavsiyesi üzerine bulmuştum. İlk görüşmeye gittiğimde çalışanların güler yüzü ve ilgisi beni çok etkiledi. Doktor hanımla görüştükten sonra da artık net kararımı verdim. Ameliyatsız yüz germe işlemini uzun zamandır araştırıyordum. Bununla ilgili birçok cihaz kullanılıyor, herkes farklı yorumlar yazmış. Bana önce deneme amaçlı yüzümün bir yarısına işlem yaptılar ve farkı görmemi istediler. İnanın işlemden hemen sonra kaşımın kalkmış olduğunu ve elmacık kemiğimin yukarı doğru dolgunlaştığını gözlerimle gördüm ve hemen işlemi yaptırmaya karar verdim. Sonuçtan çok memnunum... Ekipleri muhteşem, merkezleri çok nezih ve hijyenik. Herkese içtenlikle tavsiye ederim… Ben yüzümde ve omuzlarımda bulunan lekeler için Estegyn e gitmiştim. Bana lazer tedavisi uyguladılar ve lekelerimden kurtuldum. Bu kadar kolay olacağı aklıma gelmemişti. Tüm güler yüzlü ekibe teşekkürler.”* gibi hasta yorumlarına,

“Cilt Dolguları Niçin Kullanılır” başlığı altında; *“Biz merkezimizde çene etrafındaki çizgiler ve nazolabial katlar dahil olmak üzere yüzün orta ve alt kısımlarını harika biçimde geren ve o bölgelere tazelik kazandıran kolay ve hızlı bir işlem olan bir "V" veya "Y" tekniği ile dolgu işlemini uygulamaktayız. Özel bir kollajen artırıcı dolgu maddesi kullanarak, uzun süre dayanan kollajen biçimlendirme ve germe etkisiyle yüzünüze harika ve doğal bir görünüm kazandırabiliyoruz. Lütfen konu hakkında detaylı bilgi için EsteGyn Beauty den uzman hekimimize ulaşın…”.* “Soprano ICE Buz Lazer ile Epilasyon”başlığı altında; *“…Soprano ICE BuzLazer™, epilasyon alanında son yıllarda çok popüler olan ve çığır açan ütüleme epilasyonun yaratıcısıdır. Soprano İce bir diode ( 810 nm diode laser ) lazer teknolojisidir. Soprano Ice Lazer diğer lazer epilasyon uygulamalarından ayıran en önemli özelliği diğer cihazlarda bulunmayan üstün soğutma teknolojisi ve eskisine göre boyutları büyümüş olan başlık tarama alanıdır. Bu sayede epilasyon hem çok daha hızlı olmakta hem de ağrı veya acı ortadan kalkmaktadır. Bu konuda diğer cihazlarla kıyaslarsak rakipsizdir. Toplam 6-8 seansta istenmeyen kılların %90’ı ortadan kalkmaktadır. Seanslar 2 ay arayla yapılır. Yaz veya kış fark etmeden dilendiği zaman epilasyon yapılabilmektedir. Soprano ICE BuzLazer™ üstün teknolojisi sayesinde 4 mevsim sıfır ağrı ve komplikasyon yaşanmadan epilasyon yapılabilmektedir. Her cilt tipinde lazer epilasyon rahatlıkla uygulanabilmektedir. Başlığındakı DualChill contact cooling (soğutucu) özelliği sayesinde lazer epilasyon işlemi çok daha sorunsuz ve acısız olmaktadır.”,* “Lazer Epilasyon Fiyatları” başlığı altında; *“% 25 İndirimli Kampanya Fiyatlarımız Devam Etmektedir. Kısa süre için geçerli %25 indirimli fiyatlarımızdan yararlanmak ve lazer epilasyon uygulamalarımızı yerinde incelemek için sizi merkezimize bekliyoruz.”,* “Horlama ve Uyku Apne Tedavisi” başlığı altında; *“Biz kliniğimizde üstün nitelikli horlama/uyku apnesi tedavisi olarak, invaziv olmayan güvenli ve etkili bir seçenek olan NightLase™adlı ürünü sunmaktan gurur duymaktayız. FOTONA ErbiumLazer'in sağladığı fototermolizin (ısı dönüşümü) kullanılmasıyla, ağzın yumuşak mukozal dokusunda kollajenez meydana gelir. Bu, horlamaya neden olan çıkıntının uyuşturucu kullanılmadan küçültülmesi ile havayolunun açılmasını sağlar.”,* “Vajinal Gençleştirme ve Vajinal Kuruluk” başlığı altında; *“Olağanüstü Klinik Sonuçlar, Bilimsel olarak yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçlar, vajinal kanal sıkılığında ve vajinal doku gençleşmesinde Er-yag lazerin harika sonuçlar verdiğini ortaya koymuştur. • Hastaların %95'i, IntimaLase™ tedavisinden sonra vajinal sıkılıklarındaki değişimi son derece iyileşmiş veya orta derecede iyileşmiş olarak değerlendirmiştir. • Yapılan uygulamada yüksek seviyede hasta memnuniyeti (%97) alınmaktadır. Klinik sonuçlar, uygulanması hızlı ve kolay olan IntimaLase™ tedavisinde istenmeyen yan etkileri ya da kontrendikasyonları olmayan, etkili ve non-invaziv bir prosedür olduğunu kanıtlamıştır. Bölgenin tam olarak değerlendirilmesi ve yönteme uygunluğunuzun tespit edilmesi için, Incontinlase™ ve Intimalase™ konusunda uzman olan Jinekolog Operatör Doktor Burcu Kardaş Arslan ile görüşmeniz gerekir.”,* “Ayak Tırnağı Mantar Enfeksiyonu” başlığı altında; *“…Neyse ki günümüzde özel olarak tasarlanmış 1064nm Q modlu lazer tedavisi ile kliniğimizde % 88 etkili olan hızlı bir tedavi yöntemi sizlere sunulmaktadır. Bu yöntem, neredeyse tamamen acısızdır ve hiç istirahat süresi gerektirmez.”* ifadelerine yer verildiği,

[www.facebook.com/estegyn.guzellik.salonu](http://www.facebook.com/estegyn.guzellik.salonu) adresli internet sitesinin 18.07.2016 tarihli görünümünde;

*“Soprano Ice Buz Lazer teknolojisiyle lazer epilasyon artık masaj konforunda! Soprano Ice Buz Lazer Epilasyon sistemiyle artık erkekler de çok kısa sürede istenmeyen kıllarından kurtalabiliyorlar! Çok can yakan sakal üstü ve ense bölgeleri bile Buz Lazer epilasyon teknolojisiyle artık tamamen acısız ve ortalama 4 - 6 seansta istenilen sonucu elde etmek mümkün.* *Yaz kapıda! İstenmeyen tüylerden kurtulmanın tam zamanı! Acısız, ağrısız Soprano Ice Buz Lazer ile tanışın!* *Bikini dönemini korkusuz geçirmek için hemen önleminizi alın! Bölgesel incelme, selülit tedavisi, kol ve karın sarkmalarında toparlanma gibi birçok alanda uygulamalarıyla Brera ile sizi zamanın etkilerini geriye çevirmeye davet ediyoruz! Ücretsiz muayene ve detaylı bilgi için bize 0212 571 66 13 nolu telefondan ulaşabilirsiniz.* *İstanbul Bakırköy'de hizmet veren Estegyn Beauty Estetik&Güzellik Merkezi olarak cilt bakımı****, ciltteki******kırışıklık ve sarkmalara karşı tedaviler****,* ***leke tedavileri****, vücut şekillendirme, zayıflama, epilasyon ve kişisel bakım gibi birçok farklı konuda hizmet sunmaktayız. Soprano Ice Buz Lazer'in üstün teknolojisi sayesinde dört mevsim sıfır ağrı ve komplikasyon yaşanmadan epilasyon yapılabilmektedir. Soprano Ice Buz Lazer'i diğer lazer epilasyon uygulamalarından ayıran en önemli özelliği diğer cihazlarda bulunmayan üstün soğutma teknolojisi ve eskisine göre boyutları büyümüş olan başlık tarama alanıdır. Bu sayede epilasyon hem çok daha hızlı olmakta hem de ağrı ve acı ortadan kalkmaktadır. Ücretsiz muayene ve detaylı bilgi için bize 0212 571 66 13 nolu telefondan ulaşabilirsiniz… Brera İmperium ile cildin tüm katmanlarında etkin bir cilt gençleştirme meydana getirerek hem tedavi süresini kısaltıyor hem de hastada yan etkiler minumum düzeye getiriliyor. Yaz aylarına Zaman Makinası Brera Imperium ile hazırlanmanın tam zamanı! Bölgesel incelme, selülit tedavisi, kol ve karın sarkmalarında toparlanma gibi birçok alanda uygulamalarıyla Brera ile sizi zamanın etkilerini geriye çevirmeye davet ediyoruz! Ücretsiz muayene ve detaylı bilgi için bize 0212 571 66 13 nolu telefondan ulaşabilirsiniz… Estetik ve Kadın sağlığı alanında 20 yıllık tecrübemiz, deneyimli uzman estetisyen ve doktorlarımızla, dermatoloji ve plastik cerrahi amaçlı son teknoloji lazer, ultrason ve radyo frekans cihazlarımızla size özel çözümler sunmak için buradayız.”* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

Bununla birlikte kuruluşun isminin *“Estegyn Beauty Güzellik Merkezi”* olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 15/2/2008 tarih ve 26788 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 39 uncu maddesi ile “Güzellik ve Estetik Amaçlı Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik” yürürlükten kaldırılmış ve Geçici 5 inci maddesi ile de güzellik salonları sağlık kuruluşu statüsünden çıkarılmıştır. Bu bağlamda, Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesine göre, güzellik salonlarının İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında belediyelerce ruhsatlandırılacağı öngörülerek, Yönetmelik maddesinin 2 inci fıkrasında yer alan; “*Güzellik salonunda tıp fakültesi diploması olan biri çalışsa bile,* ***tabip yetkisinde olan tıbbi işlemler*** *güzellik salonunda yapılamaz. Bu hususa uymadığı tespit edilen kişiler hakkında**ilgili mevzuat hükümleri uygulanır*.” hükmü ile de her ne şekilde olursa olsun, tabip tarafındanyapılması gereken tıbbi işlemlerin güzellik salonlarında gerçekleştirilmesi yasaklanmıştır.

Diğer taraftan; İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik Ek-1’in “J-Güzellik Salonları” başlıklı bölümünde, "*16.1-Güzellik salonlarının tanıtıcı reklam,**tabela ve basılı belgelerinde güzellik merkezini çağrıştıracak ifadeler kullanılamaz ve açıkça**'güzellik salonu' ifadesi kullanılır."* hükmü ile güzellik salonlarının kuruluşlarını "merkez"olarak nitelendirmesi yasaklanmıştır.

Bununla beraber; **Danıştay 8. Dairesinin 30/5/2014 tarihli ve E:2013/2099 sayılıkararıyla;** İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin güzellik salonlarınailişkin (J) bölümünün 13.2 hükmünün “a” alt bendinde yer alan ve güzellik salonların IPL (fotoepilasyon) yapılabileceği ancak lazer ile iğneli epilasyon türlerinin yapılamayacağı anlamınagelen; *“13.2- Epilasyon/depilasyon biriminde: a. (Değişik: 5/11/2012 – 2012/3986 K.) Lazer**epilasyon ve iğneli epilasyon dışındaki yöntemlerle epilasyon ve depilasyon işlemleri (Foto**epilasyon işlemini gerçekleştirecek güzellik uzmanları, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı veya bu**Bakanlığın yetkilendirdiği okul veya kurslardan transkriptli foto epilasyon diploması veya**kurs bitirme belgesine sahip olacaktır. Bu diploma ve belgelerin yurtdışından alınmış olması**halinde bunların ilgili mevzuata göre denkliğinin kabul edilmiş olması şarttır.)* **hükmününyürütülmesi durdurulmuş olup, daha sonra söz konusu düzenleme Danıştay Onyedinci Dairesinin 28/1/2016 tarihli ve E.2015/12196, K.2016/440 sayılı Kararı ile iptal edilmiştir**.Bu karar doğrultusunda, güzellik salonlarında lazer epilasyon ve iğneli epilasyon yöntemlerinin yanı sıra, IPL (foto) epilasyon yönteminin uygulanması da yasak hale gelmiştir.

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

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5/2 nci maddesi,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin J/16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/6; 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**19)**

**Dosya No: 2016/415**

**Şikayet Edilen: PBS Bilişim Danışmanlık ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.goryom.com](http://www.goryom.com) adresli internet sitesinin 10.03.2016 tarihli görünümünde, geri ödeme kapsamında bulunan gözlük çerçevelerinin tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir

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

Bu bağlamda; inceleme konusu internet sitesinde, gözlük çerçevelerinin reklamının yapılmasının bu durumun ilgili mevzuata aykırı olduğu; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam ve Tanıtım Yönetmeliğinin 15/1 inci maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/6; 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**20)**

**Dosya No: 2016/874**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehmet ÇELİK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.06.2016, 16.06.2016, 23.06.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.alanyaestetik.com](http://www.alanyaestetik.com) adresli internet sitesinin 13.06.2016, 16.06.2016 ve 23.06.2016 tarihli görünümlerinde;

Ana sayfada, *“Yüz Germe, Daha sıkı bir cilt, daha genç bir görünüm! Meme estetiği, ideal boyut ve şekildeki göğüslerle daha çekici bir görünüme sahip olun. BodyFX, güvenli, hızlı ve etkili vücut şekillendirme ve selülit tedavisi. Doğal ama havalı burun estetik sanatı. Fractora, Cildinizi gençleştirin ve yeniden yapılandırın. Forma, Daha genç görünen bir cilde kavuşun. Lumecca, cildinizi 1-3 seansta temizleyin, onarın & gençleştirin.”* ifadelerine,

“Tedavilerimiz” bölümünde, “Cilt tedavisi” ve “Cilt Sıkılaştırma” başlıkları altında söz konusu tedavilere yönelik uygulama görüntülerine, “Cilt Tedavisi Fractora Katalog”, “Cilt Sıkılaştırma Forma Katalog”, “Cilt Yenileme Lumecca Katalog”, “Selülit Tedavisi BodyFX Katalog” başlıklı pdf dosyalarında hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

“Selülit Tedavisi” başlığı altında*; “...BodyFX yağlı ve portakal kabuğu gibi kötü görünümden kolaylıkla kurtulmanızı aynı zamanda bölgesel olarak kurtulamadığınız problemli bölgelerde zayıflama ve şekillendirme sağlar.”,* “Dudak Dolgusu” başlığı altında *“Daha dolgun ve hacimli dudaklar, daha belirgin dudak çizgileri, daha çekici kontürler daha özgün bir dudak şekline sahip olmak istiyorsanız, enjeksiyon yöntemi ile dudak estetiği (dudak dolgusu) en çabuk uygulanan, en az yan etki riski ile, doktorunuzun sanatına bağlı olarak en tatmin edici sonuçların alındığı yöntemdir.”* ifadelerine yer verildiği,

-[www.facebook.com/alanyaestetik](http://www.facebook.com/alanyaestetik) adresli internet sitesinin 13.06.2016 tarihli görünümünde;

*“Ice Lazer Güzelliğinizi ve sağlığınızı şansa bırakmayın. Uzman doktor kontrolünde; gerçek güçlü, güvenilir lazer epilasyon… Meme estetiği, ideal boyut ve şekildeki göğüslerle daha çekici bir görünüme sahip olun… Daha sıkı bir cilt daha genç bir görünüm!”* ifadelerine ve *“Lazer Epilasyon ipeksi dokunuşlar, tüm vücut:1500TL”* şeklinde tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisine yer verildiği,

Diğer taraftan kuruluşun isminin “Alanya Estetik & Plastik Cerrahi” olarak belirtildiği tespit edimiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüm bu durumların hekimler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere ilişkin tanıtımlar olduğu ve söz konusu tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, anılan tanıtımların sağlık alanında çalışan şahsın ve kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturduğu ve bu suretle diğer hekimler ve kuruluşlar aleyhine haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/6; 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**21)**

**Dosya No: 2016/1385**

**Şikayet Edilen: Dr. Çağrı DALKILIÇ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com/burunestetiği\_cagridalkilic](http://www.instagram.com/burunestetiği_cagridalkilic) adresli sosyal medya hesabında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instagram.com/burunestetiği\_cagridalkilic](http://www.instagram.com/burunestetiği_cagridalkilic) adresli internet sitesinin 13.05.2016 tarihli görünümünde hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde,hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verilerek, yapılan tanıtımların hekim olarak faaliyet gösteren şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, dolayısıyla;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/6; 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**22)**

**Dosya No: 2016/1614**

**Şikayet Edilen: Dr. Gürkan KUBİLAY**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2016, 14.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**  www.gurkankubilay.com adresli internet sitesinin 14.07.2016 ve 14.08.2016 tarihli görünümlerinde;

Ana sayfada; *”Yedire yedire zayıflatıyoruz. Türkiye’nin ve Dünya’nın neresinde olursanız olun sizi zayıflatıyoruz. Mesafeler sorun olmuyor, aynen kliniğimize gelip zayıflayan hastalar gibi başarı ile kilo vermenizi sağlıyoruz…* *"Yiye yiye" zayıflatma sistemimize hoş geldiniz. İç Hastalıkları Uzmanı Dr. Gürkan Kubilay bu tedavinizi, doktor, diyetisyen, psikolog, gıda mühendisi, hemşire, laboratuar görevlisi ve bilgisayar mühendisinden oluşan dev bir ekip ile beraber devam ettirecektir.”*, “Doktorunuz” başlığı altında; *“…10 yıldır, hastalarına, diledikleri tüm besinleri, istediği kadar yemelerini sağlayan ve İnsülin Direnç’ lerini tedavi ederek,çok uzun yıllar korumalarını sağlayan çok özel sistemini başarı ile uygulamaktadır…”* ifadelerine, “Zayıflayan Hastalarımız” başlığı altında; *“Aşağıdaki hastalarımız YİYE YİYE Zayıfladılar! 50 kilo verdi. Ayşe Başak Kılıç; Gürkan Hocam hep der ya; “biz yedire yedire kilo verdiririz” diye evet tüm sırrımız bu. Sloganımız bu yiye yiye kilo verdim. Diyet yapmayı değil, hayat boyu olmak üzere, doğru saatlerde doğru beslenmeyi, dengeli ve sağlıklı beslenmeyi öğrendim, inandım, azmettim ve muhteşem ekiple bu yolda başarıya ulaştım. Beraberce bu yolculukta hep yanımda olan bu harika ekibe inandık ve aile olduk. Bana bu mutluluğu bu duyguyu yaşatan, kocaman Gürkan Kubilay ailesine sonsuz teşekkürler, iyi ki varsınız. Hayatımda yepyeni bir başlangıç, benim gibi bu kilo problemini yaşamış olanlara umut ışığı oldunuz, yeni bir ben ve beden oluşturdunuz. Çevremdeki insanlara da artık ben yansıtıyorum, ne mutlu ki bende artık insanlara bir umut ışığı oldum.”*, *“Önce 100 kg, şimdi 50 kg. 100 kg verdi. Nura Orta; “Ömür boyu duamdan eksik etmeyeceğim, Gürkan Hocamın sayesinde 100 kilo verdim. Hem de yiye yiye, zorlanmadan aç kalmadan. 50 kg verdi. Senay Demirci; Benim hayatımın dönüm noktası Gürkan Hocamdır. Gürkan Hocam ben de bu zamana kadar hiç kimsenin başaramadığı şeyleri başardı. 90 kilo verdi. Elif Erkan. Beni 2 yıl önce tanıyanlar artık başka bir Elif olduğumu söylüyorlar. Benim için hayat 2013 şubatta başladı. İlk gün 170 kg olan ben, 2014 ekim’de 80 kg olmuştum. 90 kg bedenimden, 1000 kg da ruhumdan gitmişti. Ben kendine güvenen, hayallerini teker teker yerine getiren biri haline gelmiştim. 50 kilo verdi. Nadire Taşyurt. Kendime güvenim yoktu artık kendime güven duyuyorum. Merdiven yerine asansör kullanırdım, şimdi merdivenleri koşarak çıkıyorum.”* gibi ifadelere, hasta yorumlarına ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

<https://twitter.com/drgurkankubilay?lang=tr>adresli internet sitesinin 14.08.2016 tarihli görünümünde; *“Az yiyen kilo alır, çok yiyen kilo verir. Onlar yiye yiye verdiler. Ama önce teşhis koyup sonra kişiye özel tedavi ile… 18 ayda 120 kg verdi…”* ifadelerine ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımların sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer hekimler ve sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-ğ; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/6; 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**23)**

**Dosya No: 2015/379**

**Şikayet Edilen:** **Doğan Demirkan ÖZDEMİR**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.emdrterapi.com](http://www.emdrterapi.com) ve <http://nestorterapi.com> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2015, 12.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.emdrterapi.com](file:///\\Ankticfs1\reklam\GEREKÇELİ%20KARAR\252\252%20RK%20Gerekçeli%20Karar%20Çıktı%20Alınacak\www.emdterapi.com) adresli internet sitesinin 12.11.2015 tarihli görünümünde;

-*“Alpha-Stim”* başlığı altında; *“(...)Alpha-Stim'in etkileri genellikle hızlı, kümülatif ve kalıcı olmaktadır.(...)Alpha-Stim güvenlidir.Hastalar, bütün yayınlanan dergi ve makalelerdeki ilaçların tehlikelerini gördükten sonra, ağrı veya ruhsal rahatsızlıklarında kullanacakları ilaçların vereceği zararlardan her zaman olumsuz etkilenmişlerdir. Oysa  Alpha-Stim® teknolojisi sadece ilaçlardan daha güvenli olmalarının dışında diğer bu alanda kullanılan cihazlara karşıda en güvenli kullanabileceğiniz bir cihazdır. Çünkü sadece mikroamper seviyesinde elektrik kullanılır.(...)intihar eğilimi, bağımlılık, ölüm veya hepatik yetmezlik gibi yol açacağı risklerden birkaçı bile Alpha-Stim tedavisinde görülmez.(...)Alpha-Stim®Etkilidir. Geleneksel tedaviler sonuçsuz kalırken, tedavi edilen hastaların %93’ünde anlamlı alınan bu sonuçların hepsi araştırma, tarama ya da onaylama ile kanıtlanmıştır.(...)”* ifadeleri ile,

-*“Alpha-Stim Terapi”* başlıklı video içeriğinde; *“(...)bu alet son derece etken bir yapıya sahip size asla zararı olmayacak, yan etkisi olmayan bir alet. Şu ana kadar kullandığınız ilaçlardan mutlaka ki birtakım yan etkilerini de gördünüz çünkü kimyasaldır bunlar.Biz bu kimyasal yapının size zarar vermesini engellemek için ya da bu kimyasalları kullanmamak için Alpha-Stim denilen bir tür teknik uygulayacağız.(...)diğer terapi teknikleriyle birlikte uygulanırsa çok daha güzel sonuçlar veriyor ki ben sekiz yıllık süreç içerisinde şöyle söyleyeyim başarı düzeyim %80'in üzerindenir.Bu çok çok büyük bir başarı düzeyi demektir, çok güzel sonuçlar elde ediliyor.(...)”* ifadelerine yer verilerek; klinikte kullanılan cihaza yönelik övücü nitelikte tanıtım yapıldığı,

Diğer taraftan; *“EMDR Nedir?”* başlıklı yazı ile *“EMDR Nedir, Uzman Klinik Psikolog Doğan Demirkan Özdemir”* başlıklı video içeriğinde; EMDR yöntemine ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği,

Bununla birlikte; [www.nestorterapi.com](file:///\\Ankticfs1\reklam\GEREKÇELİ%20KARAR\252\252%20RK%20Gerekçeli%20Karar%20Çıktı%20Alınacak\www.emdterapi.com) adresli internet sitesinin 04.03.2015 tarihli görünümünde, "Kategoriler" başlığı altında ve [www.emdrterapi.com](file:///\\Ankticfs1\reklam\GEREKÇELİ%20KARAR\252\252%20RK%20Gerekçeli%20Karar%20Çıktı%20Alınacak\www.emdterapi.com) adresli internet sitesinin 12.11.2015 tarihli görünümünde, "Uzmanlık Alanlarım" başlığı altında; klinikte sunulan hizmetlerin sayıldığı;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.emdrterapi.com](http://www.emdrterapi.com) adresli internet sitesinde, *“EMDR Nedir?”* başlıklı yazı ile *“EMDR Nedir, Uzman Klinik Psikolog Doğan Demirkan Özdemir”* başlıklı video içeriğinde; EMDR yöntemine ilişkin açıklayıcı bilgilere yer verildiği; ancak, EMDR adıyla bilimsel olarak kanıtlanmış, ilgili mevzuatta tıbbi işlem olarak tanımlanmış bir tedavi yönteminin bulunmadığı, dolayısıyla hekim dahi olsa hiçbir kimsenin doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış ve tedavi yöntemi haline gelmemiş bir metodu hastalar üzerine uygulama yetkisinin bulunmadığı; dolayısıyla; söz konusu reklamlarda kullanılan ifade ve video ile merkezinizde ***“EMDR”*** isimli bilimselliği kanıtlanmamış bir uygulamayla, ***“anksiyete, panik atak, depresyon”*** gibi tıp literatüründe hastalık olarak değerlendirilen sorunların teşhis ve tedavisinin yapıldığı izleniminin yaratıldığı,

Bununla birlikte; [www.nestorterapi.com](file:///\\Ankticfs1\reklam\GEREKÇELİ%20KARAR\252\252%20RK%20Gerekçeli%20Karar%20Çıktı%20Alınacak\www.emdterapi.com) adresli internet sitesinin 04.03.2015 tarihli görünümünde, "Kategoriler" başlığı altında ve [www.emdrterapi.com](file:///\\Ankticfs1\reklam\GEREKÇELİ%20KARAR\252\252%20RK%20Gerekçeli%20Karar%20Çıktı%20Alınacak\www.emdterapi.com) adresli internet sitesinin 12.11.2015 tarihli görünümünde, "Uzmanlık Alanlarım" başlığı altında; klinikte sunulan hizmetlerin sayıldığı; ancak, şahsın ruhsal hastalıkların tedavisi konusunda “uzman” ve/veya “terapist” olduğunu gösterir resmi onaylı bir belgesi olmamasına rağmen, inceleme konusu internet sitelerinde yetki alanında bulunmayan *“Anksiyete bozuklukları, Davranış bozuklukları, Kronik depresyon...”*gibi klinik psikoloji ve psikiyatri alanına giren konularda bilgi verdiği ve tedavi yaptığı izlenimini oluşturduğu; ancak, hasta tedavisi ve psikoterapi ile ilgili bilgilendirmelerin psikiyatri uzmanı, klinik psikolog ve yine bu konuda eğitim almış ya da yeterli birikimi olan psikologlarca yapılabileceği;

Bu bağlamda, söz konusu internet sitelerinde yer alan talep yaratıcı ifadelerle, şahsın ve kuruluşun yetkisi dahilinde olmayan işlemlerle ilgili olarak, kuruluşa ticari bir görünüm kazandırıldığı ve benzer kuruluşlar bakımından haksız rekabete yol açıldığı, dolayısıyla şikayete konu reklamların ilgili mevzuata aykırı olarak tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Bu nedenle, anılan reklamların;

- 1219 sayılı sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 1; 8; 24 ve Ek 13/a maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-b; 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 **Doğan Demirkan ÖZDEMİR** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2015/806**

**Şikayet Edilen:** **Boğaziçi Aydın Sağ. Eğt. İnş. Turz. Rek. Hizm. San. Tic. A. Ş. (Boğaziçi Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:**3.6.2014 tarihinde Avantaj Tv'de ve 27.8.2014 ile 28.8.2014 tarihlerinde Kanal S'de “Boğaziçi Tıp Merkezi-Saç Ekimi, Boğaziçi Tıp Merkezi-Burun Estetiği” başlıkları ile "Tele-alışveriş kuşağında" yayınlanan televizyon reklamları ile kuruluşa ait [www.bogazicisacekimi.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.bogazicisacekimi.com) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.06.2014, 27.08.2014, 28.08.2014, 10.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait;

“Boğaziçi Tıp Merkezi-Saç Ekimi” başlıklı reklamlarda, *“Boğaziçi Tıp Merkezi’nde dünya standartlarına ulaşmış santimetrekareye 60 draft ekilerek son 10 yılda 22-78 yaş aralığındaki 10000 civarında kişiye saç ekimi gerçekleştirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için Boğaziçi Tıp Merkezi’ni arayabilirsiniz.”* ifadeleri ile birlikte klinik ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği; ayrıca, *“Boğaziçi Tıp Merkezi Estetik Cerrahi Kliniği Saç Ekimi* [*www.bogaziciestetik.com*](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.bogaziciestetik.com)*,* [*www.bogazicisaglik.com.tr*](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.bogazicisaglik.com.tr) *0212 227 00 00”* ifadeleri ile kuruluşa ait iletişim bilgilerine yer verildiği,

“Boğaziçi Tıp Merkezi-Burun Estetiği” başlıklı reklamlarda, tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere, *“Boğaziçi Tıp Merkezi Estetik Cerrahi Kliniği Saç Ekimi* [*www.bogaziciestetik.com*](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.bogaziciestetik.com)*,* [*www.bogazicisaglik.com.tr*](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.bogazicisaglik.com.tr) *0212 227 00 00”* ifadeleri ile kuruluşa ait iletişim bilgilerine yer verildiği,

Kuruluşa ait [www.bogazicisacekimi.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.bogazicisacekimi.com) adresli internet sitesinin 10.7.2015 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Saç ekiminde şok kampanya!8000 köke kadar tek fiyat sadece 2500 TL.Hastane ortamında, plastik cerrah yönetiminde, Boğaziçi Saç Ekimi Merkezi'nde…Saç Ekimi Dışında Uygulanacak Başka Bir Alternatif Var Mıdır?Saç ekimi işlemi dışında başka yöntemlerde vardır. Ancak saç ekimi kellikten kurtulmak için kullanılan peruk, protez gibi yöntemler arasında en sağlıklı ve en etkili sonuçlar veren doğal görünümlü ve kalıcı bir yöntemdir…Saçların Çıkış Şekli ve Görünümü Doğal Olur Mu?Boğaziçi Tıp merkezi olarak ekim işlemini saçların çıkış yönüne doğru yaptığımızdan doğal bir görünüm elde edebilmekteyiz.Saçlarınızın uzama dönemi tamamlandığında istediğiniz şekilde kullanabilmektesiniz.”* ifadeleri ile hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülere yer verildiği,

-“Hakkımızda” başlığı altında, *“Boğaziçi Tıp Merkezi, saç ekimi ve burun estetiği ameliyatı gibi tüm estetik amaçlı operasyonlar konusunda ülkemizin öncü ve saygın merkezlerinden olup, 15 yıldır yurt içi ve yurt dışından binlerce insana saç ekimi,cerrahi ve medikal estetik ile genel sağlık alanında kaliteli ve güvenilir hizmet vermektedir.Saç ekimi işlemleri ,bünyemizde görev yapan sağlık personeli ve Plastik Cerrahlar tarafından gerçekleştirilmektedir.Telefonunuzu bize iletmeniz halinde, saç ekimi ile ilgili ekip arkadaşlarımız her türlü sorunuzu cevaplandırmak için sizi arayacaklardır. Arzu ederseniz; ekip arkadaşlarımız plastik cerrahlarımızlaücretsiz bir randevu da ayarlayabilecektir. Boğaziçi Tıp Merkezi'nin hizmetleri ile ilgili ayrıntılı bilgi edinmek amacı ile, bize iletişim numaralarımızdan 24 saat ulaşabilirsiniz.”,*

-“Saç Dökülmesi” başlığı altında; *“Boğaziçi Tıp Merkezi’nde erkek tipi saç dökülmesi, bayan tipi saç dökülmesi, hormonal bozukluklar, saç kıran sebebiyle oluşan dökülmeler, kanser tedavisi sonrası saç dökülmesi, stres kaynaklı saç dökülmesi ve diğer saç derisi problemlerinin oluşturduğu saç dökülmelerinde hastalarına kişiye özel tedavi seçenekleri sunmaktadır.”,*

-“Saç Ekimi Hakkında Sıkça Sorulan Sorular” başlığı altında; *“Saç ekimi işlemi dışında başka yöntemlerde vardır. Ancak saç ekimi kellikten kurtulmak için kullanılan peruk, protez gibi yöntemler arasında en sağlıklı ve en etkili sonuçlar veren doğal görünümlü ve kalıcı bir yöntemdir.”,*

-“Saç Muayene ve Analizi” başlığı altında; *“(…)Boğaziçi Tıp Merkezi Saç Ekimi Ünitesi'nde Estetik Cerrahi uzmanlarımız hastalarımızın saç muayenesini yaparak, saçsızlıklarının tedavi planı ve saç nakli hakkında detaylı olarak kendilerini bilgilendirirler. Bu muayenede açıklık veya seyreklik alan derecesi ölçülür, ense üzerindeki dökülmeyen saç köklerinin sağlıklılığına ve sıklığına bakılır. Eğer kişinin ense üzerindeki saçlı alanı açıklığını kapatacak kadar ise SAÇ EKİMİ tedavisi yapılır, eğer bu alan uygun değil ise diğer yöntemlerle ilgili bilgiler verilir.”,*

-“Saç Ekim Yöntemleri” başlığı altında; *“Boğaziçi Tıp Merkezi'nde hastalar ücretsiz muayeneye geldiklerinde doktorlarımız her hastanın dökülme tipine göre uygun tedaviyi önermektedir.(…)Dünyada ve Türkiye'de uygulanan son saç ekimi tekniği olan FUE (Follicular Unit Extraction) hem saçı alırken hem de alınan saçı ekerken doğal sonuçlar üreten bir saç ekimi işlemidir.(…)”,*

-“FUE ile Saç Ekimi (Follicular Unit Extraction)” başlığı altında; *“Dünyada ve Türkiye’de uygulanan son saç ekimi tekniği olan FUE (Follicular Unit Extraction) hem saçı alırken hem de alınan saçı ekerken doğal sonuçlar üreten bir saç ekimi işlemidir.(…)”,*

-“Anastezi Tipi” başlığı altında; *“Saç nakli genellikle kendinizi daha rahat ve konforlu hissetmeniz için hasta isteğine bağlı olarak sedasyon (damardan birtakım ilaçların verilerek hastanın sakinleştirilmesi) altında lokal anestezi yapılarak gerçekleştirilir.(…)”,*

-“Ekilen Saçlar Sonradan Dökülür Mü?” başlığı altında; *“(…) Boğaziçi Tıp Merkezi olarak Türkiye'nin en geniş ve en tecrübeli Saç Ekim kadrosuna sahip olmakla beraber bünyemizde Saç Ekimi konusunda uzmanlaşmış 5 Plastik Cerrahımız, Anestezi Uzmanımız, Dermatoloğumuz, Medikal Tedavileri yönlendiren Doktorumuz ve 17 kişiden oluşan Uzman Ekibimizin yanında ayrıca ekim öncesi ve sonrasında kişisel destek alabileceğiniz Saç Ekim Koordinatörlerimiz mevcuttur. Merkezimizde bulunan Tıbbi Cihaz ve Ekipmanlarımız teknolojik standartların en üst seviyesindedir.”,*

-“Saç Ekiminde Ekibin Önemi“ başlığı altında; *“(…)Unutulmamalıdır ki, ekibin deneyimi saç ekiminin sonucunu ve memnuniyeti etkilemektedir ve Boğaziçi Tıp Merkezi 15 yıldır sektörde yaptığı binlerde saç ekimi ile kalitesini kanıtlamış bir kurumdur. Boğaziçi Tıp Merkezi olarak şeffaflık ve dürüstlük bizim için çok önemli olduğundan günün her saatinde uygulama yaptırmış olan, pansumana ya da yıkamaya gelen hastalarımızla rahatlıkla görüşebilirsiniz. İşlem yaptıran hastalarımızla sohbet etme şansınız olacağından bu vesile ile bizim ne kadar sıklıkta Saç Ekimi yaptığımızı, operasyondan sonraki süreci şişme ya da morarma olup olmadığını gözlemleyebilirsiniz. Ayrıca Boğaziçi Tıp Merkezi dünyada değişen gelişmeleri ve tedavileri çok yakından takip etmektedir.Kök Hücre ve Saç Ekimi ile ilgili en sağlıklı bilgiyi verebilmemiz için Pazar günleri hariç her gün 11:00-17:30 saatleri arasında merkezimize gelerek Doktorlarımızla ücretsiz olarak görüşebilir muayene olabilirsiniz. Eğer Saç Ekiminden önce merkezimize gelme imkanınız yoksa, çeşitli açılardan çektiğiniz fotoğraflarınızı bize yollarsanız, size daha detaylı bilgi verebiliriz.”*,

-“Saç Dökülmesinde Ozon Tedavisi” başlığı altında; *“Tümör hücrelerinin zarlarını parçalayıp ölümlerine yol açar. Kanser hücrelerinin çoğalmasını ve yayılmasını engeller. Kemoterapi ve radyoterapinin yan etkilerini hafifletir, etkisini güçlendirir.”* ifadelerine yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda yer alan ifade ve görüntülerin, tabip tarafından uygulanması gereken ve tıbbi bir işlem olan “estetik cerrahi” ile 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,

- 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,

- 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, 20 ve 21 inci maddeleri,

- 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,

-İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan mülga 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 16 ncı maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Boğaziçi Aydın Sağ. Eğt. İnş. Turz. Rek. Hizm. San. Tic. A. Ş. (Boğaziçi Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri ile mülga 4077 sayılı Kanun’un 17 nci ve 25/8 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2015/1614**

**Şikayet Edilen:** **İşlem Patent ve Danışmanlık Ltd. Şti. (Tour Med İst)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.tourmedist.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.dentorion.com) adresli internet sitesinin 20.11.2015 tarihli görünümünde; *“Türkiye içinde hastanelerde sağlanan teknoloji ve hizmetler açısından Avrupa Birliği standartlarındandır. Bizim sağlık uzmanlarımız Avrupa standartlarına uygun olarak*  *eğitilmişlerdir...Son teknoloji ile deneyimli hastaneler ve uygun tedavi masrafları...Hastanelerde sağlanan teknoloji ve hizmetler Avrupa Birliği standartlarında olup çalışan sağlık uzmanları da Avrupa standartlarına uygun şekilde eğitim almışlardır...uluslararası eğitim ve sertifikalara sahip doktorlar...Türkiye'de en güçlü, modern ve teknolojik alt yapıya sahip özel hastane ve klinik....hedefimiz dünya standartlarında hizmeti ile güvenli, konforlu ve tecrübeli doktorları...sağlık hizmetlerinde sahip olduğu tecrübe ve uzmanlığı”* gibiifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık alanında yürürlükte bulunan mevzuat gereği, tabiplerin ve diş tabiplerinin sadece isimlerini, Tıpta Uzmanlık Tüzüğü’ne göre kabul edilmiş olan ihtisaslarını, akademik unvanlarını, hasta kabul ettikleri mahal ile muayene saatlerini bildiren ilanlar verebilmeleri mümkün iken; bunun haricinde her ne surette olursa olsun reklam ve ilan vermelerinin çok açık ve kesin biçimde yasak olduğu;

Yine, sağlık alanında faaliyet gösteren kuruluşların, tabi bulundukları mevzuat gereği, yalnızca açılış bilgileri, hizmet alanları ve sunduğu hizmetler ile ilgili konularda toplumu bilgilendirmek amacıyla tanıtım yapabilecekleri ve ilan verebilecekleri, bunların dışında, talep yaratmaya yönelik açıklamalara ve yanıltıcı, abartılı, doğruluğu bilimsel olarak kanıtlanmamış bilgilere yer verilemeyeceği,

hüküm altına alınmıştır.

Bu bağlamda, inceleme konusu internet sitesinde, aracılık faaliyetinde bulunulan hastaneler ve sağlık meslek mensupları lehine talep yaratmaya yönelik tanıtım yapılmasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği ve benzer alanda faaliyet gösteren sağlık mensupları açısından haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 6023 sayılı Türk Tabipleri Birliği Kanunu’nun 64 üncü maddesi,

- 3224 sayılı Türk Dişhekimleri Birliği Kanunu’nun 45 inci maddesi,

- 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,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İşlem Patent ve Danışmanlık Ltd. Şti. (Tour Med İst)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2015/1621**

**Şikayet Edilen:** **İbrahim Olcay DİPÇİN**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.dusukhapisiparis.com](http://www.dusukhapisiparis.com) adresli internet sitesinde "Cytotec" isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Şahsa ait [www.dusukhapisiparis.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.bebekdusurme.net) adresli internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde; *" Cytotec"* isimli ilacın sağlık beyanlarına yer verilerek tanıtım ve satışının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu [www.dusukhapisiparis.com](file:///D:\Users\11518119658\Desktop\www.bebekdusurme.net) adresli internet sitesinin 24.11.2015 tarihli görünümünde; *" Cytotec"* isimli ilacın sağlık beyanlarına yer verilerek tanıtım ve satışının yapıldığı; ancak, “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuata uygun olmadığı; dolayısıyla, internet sitesinde yer alan tanıtımların mevzuata aykırılık teşkil ettiği; bu durumun da,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**27)**

**Dosya No: 2015/1726**

**Şikayet Edilen:** **Ümit AKTAŞ**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.03.2016, 10.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 09.03.2016 ve 10.03.2016 tarihli görünümlerinde;

- Ana sayfada; *“İmmunoterapi kanser tedavisinde mucize bağışıklık sistemi tedavisi. Romatizmal hastalıklarda doğal ve bitkisel tedavi beslenme tedavileri, bitkisel tedaviler, ağrı giderici bitki çayları ve daha fazlası.Akupunktur ile sağlıklı zayıflama.Fibrocell kök hücre tedavisi cildinizi gençleştirmek için size kendi hücrelerinizi veriyoruz doku mühendisliğinin ulaştığı en son nokta”*,

- “Fitoterapi” başlığı altında; *“(…)Dr. Ümit Aktaş, Fitoterapi konusunda eğitim almış ülkemizdeki az sayıdaki hekimlerden bir tanesidir...Hekimlerin Fitoterapi alanındaki bilgi eksikliğinin farkında olarak, hekimlere yönelik Fitoterapi eğitimlerinin alt yapısını hazırlamaktadır(…)”*,

- “Kilo Verdiren Mucize Bitkileri Açıklıyorum” başlığı altında; *“(…)Biliyorsunuz, bilmeyenler için de yazayım, Fitoterapi benim uzmanlık alanım. Fitoterapi, “Bitkisel ürünlerle tedavi” anlamına geliyor. Türkiye’de bu alanda Yüksek Lisans derecesine sahip 5-6 Tıp Doktoru’ndan birisiyim ben. Eh, o halde, sanırım bitkisel ürünlerle ilgili tedavilerde birkaç kelam etmeye hakkım vardır benim de Fitoterapi uzmanı olarak değerlendirdiğinizde, dünyadaki bitkisel zayıflama ürünleri iki gruba ayrılabilir. Şimdi sıkı durun, bu grupları açıklıyorum(…)Zayıflamanın tek yolu, Doktor kontrolünde dengeli ve sağlıklı bir diyet yapıp, egzersizle kalori harcamayı arttırmaktır. Sağlığınızı tehlikeye atan, pazarlama faaliyetleri ile satılan “mucizevi ürünlerin” hiç birisi sizi zayıflatmaz. Öyle bir ürün olsaydı, Fitoterapi Uzmanı olarak, herhalde önce ben verirdim hastalarıma(...)”*,

- “Kök Hücre Tedavisi” başlığı altında; *“Kök hücre tedavisi cildinizi gençleştirmek için size kendi hücrelerinizi veriyoruz doku mühendisliğinin ulaştığı en son nokta(…)Cildin tüm katmanlarını ilgilendiren ve tedavi edilemez olduğu düşünülen bu yaşlanma problemi, artık doku mühendisliğinin geliştirdiği tekniklerle önlenebilmektedir. Tıbbi gelişmelerin geldiği son noktada, bu genel yaşlanma hasarlarının tedavisinde, FIBROCELL tedavisi sonsuz ufuklar açıyor. FIBROCELL tekniği sayesinde hastanın kendi fibroblast hücreleri çoğaltılarak özel enjeksiyon teknikleri ile hastanın yüzüne enjekte edilmekte ve böylece dokunun eski canlılık, parlaklık ve sıkılığını kazanması sağlanmaktadır.FIBROCELL, zamanı geriye çeviren bir hücresel tedavi yöntemidir(…)Genel anlamda bir cilt gençleştirme ve canlandırma etkisi sağlanmış olur.FIBROCELL, FDA tarafından onaylanmış bir teknikle fibroblast hücresi üretme teknolojisidir.(…)FİBROCELL UYGULAMASININ AVANTAJLARI NELERDİR Güvenlidir.(...)Dolgu malzemeleri ile FIBROCELL tedavisi iki farklı uygulamadır. Dolgu malzemeleri özellikle cilt kırışıklıklarında kısa vadede geçici bir dolgunluk sağlarken, FIBROCELL enjeksiyonu bir tedavi yöntemi olarak cilt kırışıklıklarının yok edilmesinde etkili fakat dolgu malzemelerine nazaran daha uzun vadede etki gösteren bir yöntemdir. Otolog fibroblast hücre tedavisi uygulaması dolgu malzemeleri ile karıştırılmamalıdır.”* gibi ifadeler ile tedavi öncesi ve sonrasına ait görsellere yer verildiği,

-“Sizden Gelenler” başlığı altında yer alan yorumlarda şahsa yönelik teşekkür ifadelerine yer verildiği,

- “Diyabet İyileşir” başlığı altında; *“(…)* ***Tip 2 diyabet tam şifayla tedavi edilebilir!****Yani hastaların %95’i ömürleri boyunca ilaç kullanmak zorunda değildir. Hatta hastaların insülinden kurtulmaları da mümkündür. Beslenmenin düzenlenmesiyle, hastanın hareket etmesinin, egzersiz yapmasının sağlanmasıyla diyabet hastaları tedavi edilebilir.Bugünkü tıp uygulamalarına baktığımız zaman Tip 2 diyabet hastalarının bir türlü iyileştirilemediğini, ömür boyu ilaç kullanmaya mahkûmmuş gibi ‘kandırıldığını’ görürüz. Tip 2 diyabet teşhisi konulan herkese hemen ilaçlar başlanır, tam buğdaylı ürünler verilir. Bu uygulamalar, hastanın diyabetini tedavi etmek yerine daha çok derinleştirir. Amerikan Diyabet Derneği’nin tavsiye ettiği diyetler başta olmak üzere bütün dünyada yaygın olarak uygulanan diyabet diyetleri son derece hatalıdır. Bunlar diyabetin artmasından ve diyabet hastalarının hastalıklarının ilerlemesinden başka hiçbir işe yaramaz. Nitekim günümüzde elde ettiğimiz rakamlar da bunu göstermektedir. Eğer bu diyetler başarılı olsaydı, dünyadaki diyabetli hasta sayısının azalması gerekirdi. Azalmadığı gibi 4 katına çıktı. Öte yandan bu diyetler başarılı olsaydı, Tip 2 diyabet hastalarının ömür boyu ilaç kullanmasına ihtiyaç kalmazdı, tam şifayla tedavi edilebilirlerdi. Tip 2 diyabet tamamen iyileştirilebilir. Hastalar ömür boyu ilaç kullanmak zorunda değildir. Bizim tedavi ettiğimiz, diyabeti iyileşmiş pek çok hastamız var! Tip 2 diyabet tedavi edilebilecek bir hastalıkken, bütün klasik tıp kitapları Tip 2 diyabetin tedavi edilebileceğini yazmışken, acaba neden diyabetin tam şifayla tedavi edilmesi için uğraşılmıyor da Tip 2 diyabetli hasta ömür boyu ilaç kullanmaya mahkummuş gibi gösteriliyor, tam buğday ürünleriyle hastalığının ilerlemesine sebep olunuyor?Diyabet ilaçla tedavi olmaz!(…) “Diyabet iyileşir” dediğim zaman yer yerinden oynuyor. “İnsülinle bile şekerini düşüremediğimiz hastalar var, fitoterapiyle nasıl iyileştireceksin?” diyen hekim arkadaşlarım var. Doğru, hastaların bir kısmında insülinle bile kan şekerini düşüremezsiniz. Ama bu hastalar tüm diyabet hastalarının sadece çok küçük bir kısmıdır. Diyabet hastalarının %95’ini tam şifa ile iyileştirmek mümkündür. (…)”*,

- “Migrende Doğal Tedaviler” başlığı altında; *“(…)Migren tedavisinde kullanılan ilaçların yan etkileri de ayrı bir problem. Mide yan etkileri, ülsere yol açma, uyku hali, kilo alma, bulantı, kusma, ağız kuruluğu, anksiyete, depresyon ve böyle devam eden uzun bir liste mevcut.İlaç tedavisi bir sürü yan etkilere yol açıyor, fakat migreni tam olarak tedavi etmiyor. Yani bu kadar ilaç kullanıyor, yan etkilerine maruz kalıyorsunuz ve sonunda ilaçlarla tam şifa diye bir kazanım yok. İlaçlar sadece akut migren krizlerini de rahatlatıyor, onun haricinde hastalığı tamamen tedavi edemiyor.İlaçlarla tam şifa şansının bulunmaması, bu kadar önemli yan etkilerin varlığı ve ilaçların kendilerinin de baş ağrısını tetiklemesi, migrende doğal tedavileri son derece önemli hale getiriyor. Gerek yan etkilerinin olmaması, gerekse Migren hastalığını tam olarak tedavi edebilme şansı vermesi nedeniyle, günümüzde doğal tedaviler migren tedavisinin en önemli kısmını oluşturur.Gelelim migrende doğal tedavilere:Doğal tedaviler arasında ilk sırada gelen en önemli tedavi,****Akupunktur****’dur. Migren tedavisinde Akupunkturun başarısı klinik çalışmalarla pek çok kez ispatlanmıştır.* ***Akupunktur****, migren hastalarında Serotonin seviyelerini normale getirerek etki göstermektedir. Hastaların, Akupunktur uygulamaları ile %70’in üzerinde tam şifa şansları vardır. Hastalarda atak sıklığı ve ağrı kesicilere ihtiyaç azalmakta, ağrının şiddeti hafiflemekte ve %70’den fazla hasta hastalıktan tamamen kurtulmaktadır. Üstelik Akupunkturun hiçbir yan etkisi yoktur.(…)”* ifadelerine yer verilerek geleneksel ve alternatif tıp uygulamalarının tabipler tarafından uygulanan tedavi yöntemlerinden daha iyi olduğunun ifade edildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifade ve görüntüler ile ilgili mevzuatta belirtilen sınırların aşılarak şahsın reklamının yapıldığı, diğer taraftan; sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve benzer alanda faaliyet gösteren diğer meslektaşları açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların,

- 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**28)**

**Dosya No: 2015/1727**

**Şikayet Edilen:** **Veliddin Canfeza SEZGİN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu internet sitesinin 24.12.2015 tarihli görümünde;

- “Yeni Güncel Kanser Tedavileri” başlığı altında; *“(…)yeni ilaçların geliştirilmesi ve kullanıma girmesi ile benim gibi tıbbi onkoloji uzmanlarının eli kuvvetlenmiştir.Hastalarımıza çok sayıda kişiselleştirilmiş kanser tedavisi seçenekleri sunmaktayız(…)”* gibi ifadeler ile,

Aynı adresli internet sitesinin 12.02.2016 tarihli görünümünde;

- "Kanser iyileşebilir, mücadele zihinde başlar, doğanın desteği küçümsenmemelidir." başlığı altında; *" (...)Bu konuda eğitimi ve bilimsel çalışmaları olan birisi olarak insanların ne kadar doğal da olsa kanser tedavisi esnasında onkoloğun önerisi olmadan destek almamalarını öneririm.(...)Gerek bilimsel literatürde gerekse kendi hastalarım arasında ileri evre olup iyileşen hastalar var. İleri evre akciğer kanseri, sarkom, pankreas kanseri, kalınbağırsak kanseri, rektum kanseri, mide kanseri, karaciğerde kanser metastazları, testis kanseri, yumurtalık kanseri gibi çeşitli kanserleri olup iyileşen hastalarım var. Tansiyon ve şeker hastalığıymış gibi 5 yıldan uzun süredir tedavileri devam eden çok sayıda meme kanseri, hatta ileri evre olup 16 yıl yaşayan meme kanseri hastamız oldu. Hastalarımızı bilimsel dergi ve kongrelerde sunarak mutluluğumuzu diğer meslektaşlarımız ile de paylaştım.(...)"* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ifadeler ile ilgili mevzuatta belirtilen sınırlar aşılarak şahsın reklamının yapıldığı, diğer taraftan; sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı ve benzer alanda faaliyet gösteren diğer meslektaşları açısından haksız rekabete yol açıldığı; tüm bu durumların,

- 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,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**29)**

**Dosya No: 2015/1838**

**Şikayet Edilen:** **Yaren Ağız ve Diş Sağlığı Ltd. Şti. (Özel Mutlu Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.mutludent.com](http://www.mutludent.com), [www.vegadent.net](http://www.vegadent.net), [www.turkiye-dis-hastanesi.com](http://www.turkiye-dis-hastanesi.com) ve [www.ankara-botoks.com](http://www.ankara-botoks.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2016, 11.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.mutludent.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.mutludent.com) adresli internet sitesinin 07.01.2016 tarihli görümünde;

- Ana sayfada; *“Zirkonyum ve porselen kaplama:Dişlerinizi güzelleştirir, sağlamlaştırır ve korur.İmplant:İmplant doğal dişlere en iyi alternatiftir.”,*

- “Hakkımızda” başlığı altında; *“(…)Özel diş hekimlerimiz(…)Çeşitli uygulama ve tedaviler sunan Mutlu Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği, size her konuda, en uygun hizmeti verebilmek için geniş hizmet yelpazesi sunmaktadır.(…)”,*

- “Bize Ulaşın” başlığı altında; *“Polikliniğimizde diş hekimliğinin her alanında deneyimli hekim kadrosu ile her yaş grubunda ağız, diş ve çene sağlığı konusunda hizmet verilmektedir.”,*

- “Kompozit Dolguların Ömrü Ne Kadardır?” başlığı altında; *“(…)Güzel ve estetik bir gülüşe sahip olabilmek için genellikle(…)”,*

- “Kompozit Dolgu Özel Bakım Gerektirir Mi?” başlığı altında; *“(…)yetişkinler ve yaşlılar gülüşlerini bu metot sayesinde daha da güzelleştirebilirler.”,*

- “İmplant” başlığı altında; *“(…)yüzünüz ile uyumlu doğal bir görünüme de kavuşabilirsiniz.(…)İmplantlar rahatça yiyebilmenizi, konuşabilmenizi, gülümsemenizi sağlayarak, yaşam kalitenizi arttırır.(…)Unutmayın implant tıbbi bir zorunluluktur.(…)Doğru ağız bakımı ile implantlarınız ömür boyu rahatça gülmenizi, konuşmanızı ve yemenizi sağlayacaktır.Dental implantlar ilk bakışta pahalı bir tedavi olarak bilinse de, kişiye sağladığı konfor, estetik görünüm, komşu dişlere zarar vermeden yapılan protezler ve daha birçok avantaj sağladığı düşünüldüğünde, en doğru ve tatmin edici çözüm olduğunu bir kez daha anlayacaksınız.”,*

- “Kuron Kaplama ve Köprü” başlığı altında; *“(...)Amacaı dişi güzelleştirmek, sağlamlaştırmak ve korumaktır.(…)”*  gibi ifadelere,

[www.vegadent.net](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.vegadent.net) adresli internet sitesinin 11.01.2016 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“İmplantın faydaları:İmplant üstü protezler, geleneksel protezlere oranla daha iyi çiğneme ve konuşma fonksiyonu ile daha fazla estetik görünüm sağlamaktadır.İmplant tedavisinin faydaları nelerdir: (…)Hastalar çiğneme kalitelerinde, güven ve rahatlık düzeylerinde, büyük iyileşmeler olduğunu söylemektedirler.Tedaviden sonra hastalar genellikle hiçbir şikayette bulunmazlar.Hastalar yeni gülüşleriyle yenilenmiş bir özgüven hissederler.”,*

- “İmplant” başlığı altında; *“(…)ve estetik olarak çok daha mükemmel sonuçlar oluşur.(…)Oysa ki, siz de ağrısız ve hızlı bir implant uygulamasından sonra rahatlıkla yemek yemenin keyfini yaşayabilirsiniz.(…)Bu amaçla basit bir dolgu işlemi için yapılan lokal anestezi uygulanır.İşlem tamamen ağrısızdır.(…)Dişleri olmayanlara en ideal çözüm.İmplant tedavisi ile şikayetlerinizden kurtulabilirsiniz.Ayrıca, implant tedavisi ile geleneksel kaplama ve protezlere göre daha iyi konuşma ve çiğneme fonksiyonuna sahip olurken, yüzünüz ile uyumlu doğal bir görünüme de kavuşabilirsiniz.”*gibi ifadeler ile,

[www.mutludent.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.mutludent.com) adresli internet sitesinin 07.01.2016 tarihli görümünde “Analgam Dolgu/Kompozit Dolgu” başlığı altında yer alan “diş” ifadesine tıklandığında yönlendirilen [www.turkiye-dis-hastanesi.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.turkiye-dis-hastanesi.com) adresli internet sitesinin 11.01.2016 tarihli görünümünde;

- Ana sayfada; *“Zirkonyum kaplama ile doğal diş estetiğine ulaşın.İmplant yaşam kalitenizi arttırır. Hastalar çiğneme kalitelerinde, güven ve rahatlık düzeylerinde, büyük iyileşmeler olduğunu söylemektedirler.Tedavi sonrası hastalar neredeyse hiçbir şikayette bulunmazlar.Hastalar yeni gülüşleriyle yenilenmiş bir özgüven hissederler.Hamileliğiniz boyunca sizin ve bebeğiniz ile beraberiz.Botoks amaç ve sonuçları öğrenildikçe, dünyada kullanımı artan en kolay, en hızlı kırışıklık yok etme yöntemidir.”,*

-“Tedaviler” başlığı altında; *“(…)Özel diş hekimlerimiz hastalarına(…)”,*

-“İmplant” başlığı altında; *“(…)Size uygulanabilecek implant tedavisi ile şikayetleriniz ortadan kalkabilir.Ayrıca, bu yöntemle geleneksel kaplama ve protezlere oranla çok daha iyi konuşma ve çiğneme fonksiyonu sağlanırken, yüzünüz ile uyumlu doğal bir görünüme de kavuşabilirisiniz.İmplantla yaşam kalitenizi arttırır.(…)tek implant ile yepyeni bir dişe sahip olabilirsiniz.(…)arka bölge diş eksikliklerinde yapılacak implant tedavisi ile takıp çıkarmaktan yorulmadan sabit dişlere kavuşabilirsiniz.(…)siz de rahatça yemek yemenin keyfine varabilirsiniz.(…)tedaviniz tamamlanır ve yeni dişinizle ayrılabilirsiniz.Hiçbir zaman dişsiz beklemek zorunda kalmazsınız.Dental implantlar ilk bakışta pahalı bir tedavi olarak bilinse de, kişiye sağladığı konfor, estetik görünüm, komşu dişlere zarar verilmeden yapılan protezler ve daha birçok avantaj sağladığı düşünüldüğünde, en doğru ve tatmin edici çözüm olduğunuz bir kez daha anlayacaksınız.”,*

- “Çocuk diş” başlığı altında; *“Kliniğimizin önem verdiği bir diğer konu çocuk hastalarımızdır, çocuk oyun odası ve çocuk diş kliniği ünitesi kliniğimizin küçük misafirlerimiz için hazırladığı güzel sürprizlerdir.Çocuklarımızın dişçi korkusunu çok iyi bildiğimiz için bu keyif kabusa dönüşsün istemeyiz.O yüzden çocuklarımız tedavi amacıyla çocuk diş kliniğimize girdiklerinde de eğlence devam eder.Oyun evi görünümündeki kliniğimiz, tedavi olurken çizgi film izleme imkanı, özel boyutlu el aletleri ve hatta rengarenk dolgularıyla daha çok bir eğlence merkezini anımsatır.”*gibi ifadeler ile,

[www.mutludent.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.mutludent.com) adresli internet sitesinin 07.01.2016 tarihli görümünde “Diş Gıcırdatma Tedavisi” başlığı altında yer alan “diş gıcırdatma” ifadesine tıklandığında yönlendirilen [www.ankara-botoks.com](file:///C:\Users\Mesut\Downloads\www.ankara-botoks.com) adresli internet sitesinin 11.01.2016 tarihli görünümünde;

-Kuruluşun isminin *“Botoks Merkezi"* olarak nitelendirilerek kuruluşun türünün (muayenehane, tıp merkezi, poliklinik veya güzellik salonu) açıkça belirtilmediği,

- Ana sayfada; “*Mezoterapi kadınların imdadına yetişiyor.PRP ile daha canlı, sağlıklı ve genç bir görünüm.Botoks ile kırışıklıklarınızı en kolay ve en hızlı şekilde yok edin.Dermaroller ile yepyeni bir cilt.”,*

- “Mezoterapi” başlığı altında; *“Mezoterapi kadınların imdadına yetişiyor.Ciltteki lekelerden kırışıklıklara, saç dökülmesinden selülite, zayıflamadan sıkılaşmaya her türlü estetik derde neştersiz deva mezoterapi.Özellikle derinin gençleştirilmesi, kırıklıkların giderilmesi, bölgesel zayıflama, selülit ve çatlakların giderilmesinde neşter altına yatmak istemeyen kadınların imdadına yetişiyor.”,*

- “Botoks” başlığı altında; *“(…)Botoks, kaşların aşırı kullanımı sonucu oluşan çizgileri hafifletmek veya ortadan kaldırmak amacıyla kullanılan güvenilir ve pratik bir tedavi yöntemidir.(…)çizgilerin oluşmasını önlemede etkili ve güvenilir bir medikal işlemdir.(…)”,*

- “Göz Çevresine Botoks” başlığı altında; *“Botoks ile daha güzel ve genç görünün.(…)Göz çevresi, kaz ayağı botoks uygulaması diğer bölgelerle birlikte rahatlıkla uygulanabilir.”,*

- “Alın Çizgilerine Botoks” başlığı altında; *“Botoks ile gençleşin.(…)Alın botoks uygulaması diğer bölgelerle birlikte rahatlıkla uygulanabilir.”,*

- “Dudaklara Botoks” başlığı altında; *“Botoks ile daha güzel dudaklar.(…)Dudak botoks uygulaması diğer bölgelerle birlikte rahatlıkla uygulanabilir.”,*

- “Burun Çizgilerine Botoks” başlığı altında; *“Botoks ile daha güzel gülüşler.(…)”,*

-“Dolgu” başlığı altında; *“(…)Tedavi basit ve güvenlidir.Sonuçlar hemen görülür.(…)Fakat ne olursa olsun uzun bir süre, uygulama öncesinden daha iyi bir görünüm olacaktır.”,*

- “Yanak Dolgusu” başlığı altında; *“Dolgun, canlı, sağlıklı görünüm.(…)Bu amaçla bu bölgelere dolgu uygulaması kolay ve zahmetsizdir.(…)”,*

- “Burun Dolgusu” başlığı altında; *“Burun dolgu ile daha iyi bir görünüm.(…)”,*

- “Dudak Dolgusu” başlığı altında; *“Dolgu ile güzel ve dolgun dudaklar.”* gibi ifadelere yer verildiği,

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadelerin, 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

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

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

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

- Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin 25 inci 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 **Yaren Ağız ve Diş Sağlığı Ltd. Şti. (Özel Mutlu Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2015/839**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Çağhan BAYTEKİN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.clinicbaytekin.com](http://www.clinicbaytekin.com) ve <https://www.facebook.com/clinicbaytekin/> adresli internet sitelerinde yer alan şahsınıza ait tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.clinicbaytekin.com](http://www.clinicbaytekin.com) adresli internet sitesinin 16.09.2016 tarihli görünümünde; *“ZERONA…Vücutta biriken yağlanmaya çözüm getiren cihaz şimdi Clinic Baytekin çatısında…”,*Ayrıca ilgili sitesinin 24.03.2016 tarihli görünümünde; “Kliniğimiz” başlığı altında; *“Cerrahi işlemler Kent Alsancak Tıp Merkezi ve Çiğli Kent Hastanesi'nde gerçekleştirilmektedir… Kent Alsancak Tıp Merkezi… Kent Hastanesi bünyesinde Nisan 2008’de açılan Kent Alsancak Tıp Merkezi, kuruluşundan bugüne sadece poliklinik hizmetlerinin verildiği bir sağlık merkezi olmanın ötesine geçmiş, çeşitli branşlarda günübirlik ameliyatların yapılabildiği gündüz hastanesine dönüşmüştür…Özel Çiğli Kent Hastanesi…Tam teşekküllü özel bir hastane olan Kent Hastanesi; tıbbi uzmanlığı, deneyimi ve güçlü teknolojik altyapısı ile yalnızca üniversite hastanelerinde verilebilen üst düzey tanı ve tedavi olanaklarını hastalarına sunmaktadır.”,* “Hastalarımızdan Görüşler” başlığı altında; *“Meme Dikleştirme…Ameliyattan 2 gün önce doktor değiştirilir mi? Kendi başıma karar verdiğim, doktor seçtiğim göğüs toparlama ameliyatıma 2 gün kala sevgili teyzem N. U. seçtiğim doktoru ameliyat için uygun bulmayıp, Çağhan’la görüşeceksin diye tutturunca başladı maceramız…”* şeklinde,

<https://www.facebook.com/clinicbaytekin/> adresli internet sitesinin 24.03.2016 tarihli görünümünde; 01.01.2016 tarihli paylaşımda; *“BURUN ESTETİĞİ…KUSURSUZ BİR BURUNA SAHİP OLABİLİRSİNİZ! BURUN AMELİYATI (RİNOPLASTİ) Eğer rinoplasti düşünüyorsanız… Rinoplasti veya burnun yeniden şekillendirilmesi ameliyatı, tüm plastik cerrahi işlemler içinde en yaygın olanıdır. Rinoplasti burnunuzun boyutunu büyütebilir veya küçültebilir, burun ucu veya burun kemerinin çıkıklığını değiştirebilir. Ayrıca doğuştan gelen bazı anomalileri düzeltebilir ve bazı solunum problemlerini çözmeye yardım edebilir.”,*02.01.2016 tarihli paylaşımda; *“Fazlalıklarınızı dert etmeyin…Liposuction ve liposculpture (Yağ aldırma)…”*28.01.2016 tarihli paylaşımda; *“Saç Dökülmesine Son!”,*12.03.2016 tarihli paylaşımda; *“Yaza pürüzsüz girmek için lazer epilasyona gelin…”,*22.01.2016 tarihli paylaşımda; *“İstenmeyen tüylere son!”* 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 **Dr. Çağhan BAYTEKİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2015/1152**

**Şikayet Edilen:** **Şohora Saç Ekim Estetik Özel Sağlık ve Eğitim Hizm. Dış Tic. Ltd. Şti. (Likya Estetik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.likyaestetik.com/> ve <http://www.izmirsacekim.net/> adresli internet sitelerinde yer alan kuruluşunuza ait tanıtımlar ve *“Saç ekiminin başı ve sonu…”* ibareli açık hava reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.likyaestetik.com/> adresli internet sitesinin 24.05.2016 tarihli görünümünde; Kuruluşun “LİKYA ESTETİK” olarak isimlendirildiği, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı, kuruluş şayet bir “sağlık kuruluşu” olarak faaliyet göstermekte ise, bu isimle tanıtım yapmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu;

*“Hakkımızda”* başlığı altında; *“18 yıldır başarılarla dolu bir geçmişi olan Likya, bugün İzmir’in önemli ve saygın sağlık kuruluşlarından birisiyiz. Uzman hekim kadrosu ve deneyimli personelleri ile güzellik ve estetik adına en iyi plastik cerrahi, saç ekimi, medikal estetik ve lazer epilasyon teknolojileri ile adını birçok başarıya ulaştırmış bir sağlık merkeziyiz. Yenilikçi yapısı ile en gelişmiş FDA onaylı teknolojileri kullanarak, ihtiyacınız olan tüm güzellik hizmetlerini özenli ve güvenilir bir şekilde sunmakta, son çalışmaları ve teknolojileri sizler için yakından takip ediyoruz.1000 metrekarelik alan üzerine kurulu olan güzellik salonumuz, uzman kadromuz ile haftanın 6 günü 09.00-20.00 saatleri arasında hayatınıza güzellik katmak için çalışıyoruz. Geniş, ferah ve lüks dekorasyonu ile siz değerli misafirlerimizin güzelliklerine güzellik katan merkezimiz sihirli dokunuşlara imza atıyoruz. Bakımlı, estetik ve güzel olmanın garantili yolu Likya’dan geçer…”,* Ana sayfasında; “*YÜZÜNÜZDEKİ VE BOYNUNUZDAKİ SARKMALARI LİKYA ÖRÜMCEK AĞI UYGULAMASI İLE GERİDE BIRAKIN… PATENTİ TAMAMEN LİKYA ESTETİK SAÇ EKİMİ KLİNİĞİNE AİT OLAN ÖZEL FUE GOLDZ TEKNİK YÖNTEMİ İLE ÖMÜR BOYU KALICI SAÇLARA KAVUŞUN… ARZU ETTİĞİNİZ GÖRÜNÜME LİKYA ZAYIFLAMA BİRİMİ İLE KAVUŞMAK ARTIK ÇOK KOLAY… ULTRASHAPE TEKNOLOJİSİ İNATÇI YAĞ HÜCRELERİNİ KALICI OLARAK YOK EDİYOR 650 TL… DİYETİSYEN DESTEĞİ İLE BESLENME VE DİYET PROĞRAMI 350 TL… SAÇ EKİMİ… Doğal ve eskisinden daha gür saçlara kavuşmanın tecrübeli adresi merkezimizde, uzman ve doktorlarımız tarafından kişinin saç yapısı, saç rengi, saç kılının kalınlığı hesaplanarak; ekim yapılacak bölgenin büyüklüğü, donör sahadan çıkartabilecek greft sayısı yapılacak ekimin sıklığı değerlendirilir…ÜCRETSİZ SAÇ MUAYENESİ VE ANALİZİ…LİKYA uzman ve doktorları tarafından kişinin saç yapısı, saç rengi, saç kılının kalınlığı hesaplanarak; ekim yapılacak bölgenin büyüklüğü, donör sahadan çıkartılabilecek greft sayısı ve yapılacak ekimin sıklığı değerlendirilir...”* ifadelerine ve fiyat bilgisine yer verildiği,

Ayrıca, <http://www.izmirsacekim.net/> adresli internet sitesinin 24.05.2016 tarihli görünümünde yer alan ana sayfada; *“Eksik parçaları tamamlıyoruz…Tası tarağı topladığınız yerden çıkarın…Keşke demeyin…NEDEN LİKYA DA SAÇ EKİMİ?...Önce Sağlık sloganı ile yüzde yüz hasta memnuniyetini ve sağlığını ilke edinmiş , profesyonel kadrosu ile 18 yıllık deneyimli ve güçlü bir kuruluştur. Gelişen teknoloji ve sistemleri takip ederek, geliştirmeye yönelik sürekli arayış içindedir. Açıldığı günden bu yana yaklaşık 9000 hastanın saçsızlık problemini gidererek mutlu olmasını sağlamıştır. Sadece Türkiye’ de değil, Avrupa da ve tüm dünya da öncü marka olmayı hedefleyen LİKYA 20.02.2015 tarihinde Almanya’ da da SAĞLIK TURİZMİ konusunda AVRUPA BAŞARI ödülüne layık görülmüştür. Ayrıca saç ekiminden sonra ki süreçte te hastalarının takipçisi olarak, hastalarının yüzde yüz memnuniyetini sağlamıştır. Kısaca LİKYA tüm hastaları ile beraber büyük bir ailedir. Bu ailede daima yeriniz hazırdır…Likya Saç Ekimi; Saç ekimi, Kaş ekimi, Kirpik ekimi ile ilgili hizmet ve tedavilerin yapılması amacıyla konusunda uzmanlaşmış kadrosuyla bu güne kadar binlerce vaka tecrübesiyle konusunda başarısı yüksek bir kuruluştur. Profesyönel hekim kadrosu, Saç ekiminde bilimsel yöntemler, Greft konusunda garanti verebilmek, Daha önce saç ekimi yapılan hastalarla birebir görüşebilme imkanı, Doğal sonuçlar için İzmir Saç Ekim Merkezi idealdir…” ,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“İZMİR LİKYA SAÇ EKİM MERKEZİ…Likya 18 yıl önce İzmir de saç ekim kliniği olarak kurulmuştur günümüze kadar binlerce erkeğe saç ekim gerçekleştirerek estetik kaygılarını ortadan kaldırmış hayata pozitif bakmalarını sağlamıştır.Likya saç ekim gelişen teknolojileri takip ederek sürekli kendini yenilemiş ve yenilemeye devam etmektedir tecrübeli güçlü bir kadro ya sahiptir.Avrupa ve Asya ülkelerinde tanınan , sağlık turizminde başarılara imza atmış bir kliniktir ve Sağlık sektöründe bir çok ödüle layık görülmüştür.\* Profosyenel hekim kadrosu, \* Saç ekiminde bilimsel yöntemler, \* Greft konusunda garanti verebilmek, \* Daha önce saç ekimi yapılan hastalarla birebir görüşebilme imkanı, \* Doğal sonuçlar için İzmir Saç Ekim Merkezi idealdir. NEDEN LİKYA DA SAÇ EKİMİ?...‘’ Önce Sağlık’’ sloganı ile yüzde yüz hasta memnuniyetini ve sağlığını ilke edinmiş, profesyonel kadrosu ile 18 yıllık deneyimli ve güçlü bir kuruluştur. Gelişen teknoloji ve sistemleri takip ederek, geliştirmeye yönelik sürekli arayış içindedir. Açıldığı günden bu yana yaklaşık 9000 hastanın saçsızlık problemini gidererek mutlu olmasını sağlamıştır. Sadece Türkiye’ de değil, Avrupa da ve tüm dünya da öncü marka olmayı hedefleyen LİKYA 20.02.2015 tarihinde Almanya’ da da SAĞLIK TURİZMİ konusunda 29.05.2015 tarihinde Türk - Arap iş zirvesinde Arap Ülkelerindeki başarılarından dolayı SAĞLIK TURİZMİNDE BAŞARI ÖDÜLÜ'ne layık görülmüştür. Ayrıca saç ekiminden sonra ki süreçte te hastalarının takipçisi olarak, hastalarının yüzde yüz memnuniyetini sağlamıştır. Kısaca LİKYA tüm hastaları ile beraber büyük bir ailedir. Bu ailede daima yeriniz hazırdır…”,* şeklinde,

Açık hava ilanlarında; “Saç ekiminin başı ve sonu…” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

- 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 **Şohora Saç Ekim Estetik Özel Sağlık ve Eğitim Hizm. Dış Tic. Ltd. Şti. (Likya Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2015/1844**

**Şikayet Edilen:** **Saca Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizm.Tic.Ltd.Şti.(Özel Cadde Dental Ağız ve Diş Polikliniği)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait[www.caddedental.com](http://www.caddedental.com) adresli internet sitesinin 25.05.2016 tarihli görünümünde; “Hakkımızda” başlığı altında; *“Özel Cadde Dental Ağız ve Diş Sağlığı Polikliniği olarak, gelişen teknolojiyi ve yenilikleri yakından izlemek, dental sektörde müşteri memnuniyetini amaç edinmek, kaliteli ve hızlı hizmet anlayışı ile ilerleyerek yolumuza devam etmek başlıca misyonumuzdur. Modern Özel Cadde Dental Kliniğimiz ile her türlü ağız ve diş sağlığı tedavi hizmetlerini vermekle birlikte, hastalarımızın kliniklerimizden sağlıklı ve gülerek çıkmasını hedeflemekteyiz. Bostanlı İzmir’de hizmet veren diş kliniğimizde; İmplantoloji, Çene Cerrahisi, Estetik Diş Hekimliği, Diş Eti Hastalıkları, Koruyucu Hekimlik gibi uzmanlık branşlarında hizmetindeyiz. Görevimiz ve amacımız daima hastalarımızın ağız ve diş sağlığını korumak, tedavi etmek ve en önemlisi onları memnun etmektir…”* ifadelerinin bulunduğu, “Tedaviler” başlığı altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Saca Özel Ağız ve Diş Sağlığı Hizm. Tic. Ltd. Şti.(Özel Cadde Dental Ağız ve Diş Polikliniği)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2016/239**

**Şikayet Edilen:** **Epiklinik Lazer Epilasyon Sağ. Koz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Atikeler Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun [www.aksarayatikeler.com](http://www.aksarayatikeler.com) adresli internet sitesinin 25.05.2016 tarihli görünümünde; ***“****ATİKELER GÜZELLİK MERKEZİ”* olarak isimlendirildiği, bu sebeple kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı, Kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon, İğneli Epilasyon, PRP ile Kırışık Tedavisi, Akne Leke Tedavisi, Kimyasal Peeling, Saç, Kaş ve Sakal Ekim İşlemleri, Bölgesel İncelme”* 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 **Epiklinik Lazer Epilasyon Sağ. Koz. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Atikeler Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2016/240**

**Şikayet Edilen:** **En Kozmetik Tekstil Güzellik Emlak Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (Miss Defne Gelinlik Nişanlılık Damatlık Bindallı Abiye ve Güzellik Hizmetleri)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşun <https://www.facebook.com/missdefneaksaray/> adresli internet sitesinin 08.02.2016 tarihli görünümünde; “MİSS DEFNE GELİNLİK NİŞANLILIK DAMATLIK BİNDALLI ABİYE VE GÜZELLİK HİZMETLERİ” olarak isimlendirildiği, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon”* 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 **En Kozmetik Tekstil Güzellik Emlak Gıda San. ve Tic. Ltd. Şti. (Miss Defne Gelinlik Nişanlılık Damatlık Bindallı Abiye ve Güzellik Hizmetleri)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**35)**

**Dosya No: 2016/1420**

**Şikayet Edilen: Frito Lay Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından **“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** ve **“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünlere yönelik olarak ürün ambalajı üzerinde yer verilen ifade ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı

**Tespitler**: **“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün, ürün ambalajının ön yüzünde **“kraker”** arka yüzünde ise **“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** şeklinde, **“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün ise yine ürün ambalajının ön yüzünde **“kraker”** arka yüzünde ise **“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** şeklinde isimlendirildiği,

Ayrıca **“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün bileşenler listesinde; *“Patates ezmesi, mısır nişastası, ayçiçek yağı (%12,8), barbekü sos aromalı çeşni [dekstroz (glüten içerir), tuz, aroma arttırıcılar (monosodyum glutamat, disodyum guanilat, disodyum inosinat), şeker, soğan tozu, kırmızı biber tozu, kuru maya, maltodekstrin, kuru maydanoz, aromalar (süt proteini içerir), asitliği düzenleyiciler (sodyum diasetat, sitrik asit), bitkisel yağ, baharat ekstraktları (kırmızı biber ekstraktı, biberiye ekstraktı), doğal barbekü sos aroması, tütsü ekstraktı.], şeker, buğday unu (gluten içerir), emülgatör (soya lesitini (soya içerir)), kabartıcılar (monokalsiyumfosfat, sodyumbikarbonat), yağsız süt tozu (laktoz içerir), dekstroz, renklendirici (kurkumin)”* bilgilerine,

**“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün bileşenler listesinde ise, *“Patates ezmesi, mısır nişastası, kanola yağı, ketçap aromalı çeşni [şeker, buğday unu (gluten içerir), tuz, aroma arttırıcılar (monosodyum glutamat, disodyum guanilat, disodyum inosinat), soğan tozu, kırmızı biber tozu, soğan tozu, asitlik düzenleyiciler (sitrik asit, sodyum diasetat), potasyum klorür, aroma vericiler, mısır nişastası, renklendirici (paprika ekstraktı), doğal aroma verici], şeker, buğday unu (gluten içerir), ayçiçek yağı, emülgatör (ayçiçek lesitini), kabartıcılar (monokalsiyumfosfat, sodyumbikarbonat), yağsız süt tozu (laktoz içerir), dekstroz, renklendirici (kurkumin)”* bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Frito Lay Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. tarafından piyasada satışı yapılan **“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** ve **“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünlere ilişkin olarak ürün ambalajı üzerinde kullanılan gıda adının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı ve rakip firmalar aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, buna göre;

**“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün, ürün ambalajının ön yüzünde **“kraker”** arka yüzünde ise **“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** şeklinde, **“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün ise yine ürün ambalajının ön yüzünde **“kraker”** arka yüzünde ise **“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** şeklinde isimlendirildiği,

Ayrıca **“Ruffles Krispy Barbekü Sos Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün bileşenler listesinde; *“Patates ezmesi, mısır nişastası, ayçiçek yağı (%12,8), barbekü sos aromalı çeşni [dekstroz (glüten içerir), tuz, aroma arttırıcılar (monosodyum glutamat, disodyum guanilat, disodyum inosinat), şeker, soğan tozu, kırmızı biber tozu, kuru maya, maltodekstrin, kuru maydanoz, aromalar (süt proteini içerir), asitliği düzenleyiciler (sodyum diasetat, sitrik asit), bitkisel yağ, baharat ekstraktları (kırmızı biber ekstraktı, biberiye ekstraktı), doğal barbekü sos aroması, tütsü ekstraktı.], şeker, buğday unu (gluten içerir), emülgatör (soya lesitini (soya içerir)), kabartıcılar (monokalsiyumfosfat, sodyumbikarbonat), yağsız süt tozu (laktoz içerir), dekstroz, renklendirici (kurkumin)”* bilgilerine,

**“Ruffles Krispy Ketçap Aroma Çeşnili Patates Krakeri”** adlı ürünün bileşenler listesinde ise, *“Patates ezmesi, mısır nişastası, kanola yağı, ketçap aromalı çeşni [şeker, buğday unu (gluten içerir), tuz, aroma arttırıcılar (monosodyum glutamat, disodyum guanilat, disodyum inosinat), soğan tozu, kırmızı biber tozu, soğan tozu, asitlik düzenleyiciler (sitrik asit, sodyum diasetat), potasyum klorür, aroma vericiler, mısır nişastası, renklendirici (paprika ekstraktı), doğal aroma verici], şeker, buğday unu (gluten içerir), ayçiçek yağı, emülgatör (ayçiçek lesitini), kabartıcılar (monokalsiyumfosfat, sodyumbikarbonat), yağsız süt tozu (laktoz içerir), dekstroz, renklendirici (kurkumin)”* bilgilerine yer verildiği;

Diğer taraftan, Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin “Gıdanın adı” başlıklı 17 inci maddesinin 1 inci fıkrasında, *“Gıdanın adı olarak, o gıda için geçerli olan mevzuat hükümlerinde belirtilen resmî ad kullanılır.* ***Böyle bir adın olmaması durumunda, gıdanın alışılagelmiş adı kullanılır.****Eğer gıdanın alışılagelmiş bir adı da yoksa veya bu ad kullanılmayacaksa, tanımlayıcı bir ad belirlenir.”* hükmüne yer verildiği,

Bu itibarla, her iki ürünün de ana bileşen olarak patates ezmesinden üretilen gıda ürünleri olduğu, ne var ki söz konusu gıda ürünlerini isimlendirmede kullanılan krakerin ise gerek gıda sektöründe gerekse de halk arasındaki kullanımda bisküvi kategorisinin bir alt segmenti olarak unlu mamul sınıfında kuru fırıncılık ürünleri olarak kabul edildiği ve dolayısıyla firmanın ürün grubunda yer alan atıştırmalık çerez/cips ürünlerinden ayrıldığı, bu doğrultuda, **“Ruffles Krispy”** adlı ürünün de kraker değil ana bileşen olarak patates ezmesinden üretilen bir patates cipsi olduğu;

Diğer taraftan firma tarafından piyasaya sunulan bir başka ürün olan ve ürün bileşimi, enerji ve besin öğeleri bakımından **“Ruffles Krispy”** adlı ürün ile çok benzer özellikler gösteren **“Lay’s Fırından”** markalı ürünün de firma tarafından ***“patates çerezi”*** olarak isimlendirildiği; hal böyle iken, gerçekte kraker olmayan **“Ruffles Krispy”** adlı ürünün ***“kraker”*** olarak adlandırılmasının tüketici güveninin ve tüketicilerin bilgi noksanlığının istismar edilmesi anlamına geldiği, dolayısıyla bu durumun tüketiciler nezdinde yanıltıcı, aldatıcı ve kraker pazarında faaliyet gösteren firmalar aleyhine haksız rekabet yaratıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla inceleme konusu ifade ve tanıtımların;

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Frito Lay Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **5.812 TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2016/1653**

**Şikayet Edilen: Salus İlaç Üretim ve Pazarlama San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından [www.salusilac.com](http://www.salusilac.com) ve [www.sutumkesilmesin.com](http://www.sutumkesilmesin.com) adresli internet sitelerinde, **“Sambutus”**, **“Galactago Damla”** ve **“Meteokids Damla”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.06.2016, 08.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: **Firmaya ait** [**www.salusilac.com**](http://www.salusilac.com) **adresli internet sitesinin 24.06.2016 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;** *“****Sambutus*** *– Bağışıklık sistemi desteğidir. Bilim adamlarınca geliştirilmiş bir üründür. Benzersiz bir formüldür. Bütün yıl koruma sağlar. Sambutus tüm yıl boyunca her gün ailenizin her bireyi için kullanılabilir özelliktedir. İlk hastalık belirtisinde etki gösterir. Sambutus`u, yorgunluk, vücüt kırgınlığı hissettiğiniz an içebilir, kendinizi ve sevdiklerinizi hastalığa yakalanmaktan koruyabilirsiniz. Sambutus kullanan hastalarda ateş, öksürük, kusma hissi, nazal konjesyon gibi semptomlarda ilk günden itibaren hızlı bir düzelme sağlar. Toplu taşıma aracı kullandığınız her an hasta insanlarla olan temasınız artmakla birlikte, yaşadığınız sıcak-soğuk hava değişimi vücüt direncinizi düşürür. Bu durum sizin hastalığa yakalanma olasılığınızı fazlasıyla arttır. En önemli günlerinizde yanınızda Soğuk algınlığını atlatmanın en kısa yolu Sambutus…”*; [**www.salusilac.com**](http://www.salusilac.com) **adresli internet sitesinin 08.08.2016 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise**; ***“Meteokids Damla*** – ***Rezene Yağı: Halk*** *arasında meyveleri (Foeniculi fructus), yaprakları ve extraktları kullanılmaktadır. Rezene meyveleri genellikle toz halde, günde birkaç defa mide ve bağırsak gazları için kullanılmaktadır. Sinir yatıştırıcı ve vücudu kuvvetlendirici drog karışımlarının terkibinde yer aldığı bilinmektedir.* ***Badem Yağı****: E Vitamini içeriği yüksektir. Yüksek lif içerikli gıdalardan elde edildiği için sindirim sisteminin güçlenmesini sağlar. Su içeriği de oldukça yüksek olduğu için kabızlık, hazımsızlık gibi rahatsızlıklara iyi gelir. Yağlı tohumlardan elde edilen badem yağı bağırsak sistemini düzenler.* ***Anason Yağı:*** *Pimpinella anisum Bu bitki 70 cm. yükseklikte, tüylü, beyaz çiçekli, otsu bir bitkidir. Anason yağı, anason tohumlarından elde edilir. Anasonun içerisinde bulunan Anothole aktif maddesi sindirim uyarıcıdır. Aromatik yağlar gurubundadır. Yemeklerden sonra içilirse gazı giderir, mide ve bağırsak gazlarını söktürür.* ***Kimyon Yağı:*** *Gaz oluşumunu engeller ve sindirimi kolaylaştırır. Aşırı mide gazını azaltır, mide yanmasını giderir. Bağırsak gazının kolay atılmasını sağlar. Spazmolitik (spazm giderici) etki sağlar. Sedatif etkisi nedeniyle bebeğin uykuya geçişini sağlar. Anksiyeteyi (bebeğin dış baskı huzursuzluklarını) giderir ve sakinleştirir. Ağız kokusunu giderir. Kabızlığı önler. Sindirim sistemini düzenler. Antimikrobiyaldir.* ***Dereotu Yağı:*** *Dereotu, hazmı ve sindirim sisteminin çalışmasını kolaylaştıran bir yapıya sahiptir. Bu özelliğini içerisinde bulunan yağ asitlerinden alır. Bu yağ asitleri özellikle sindirim ve bağırsak sorunları üzerinde etkilidir. Bebeklerde gaz sancıları tedavisinde kullanılmaktadır. Dereotu içerisinde, inek sütünde bulunandan daha fazla kalsiyum bulunmaktadır. Ayrıca magnezyum ve potasyum bakımından da zengin bir içeriğe sahiptir. Dereotu bitkisi besin lifleri bakımından da zengin olduğu için kabızlık gibi sindirim sistemi sorunlarında da kullanılabilir.* ***Melisa Yağı:*** *İçerisinde flavon türevleri ve bazı bitki asitleri bulunmaktadır. Aldehitler grubunda yer alır. Gaz ve şişkinlik gibi sindirim sistemi sorunlarının giderilmesinde yararlıdır. Antibiyotik niteliğinde bir yağdır. Hazmı kolaylaştırır, rahatlatıcıdır.* ***Ayçiçeği Yağı:*** *İçeriğinde omega 6 oranı oldukça yüksektir. Bitkisel kaynaklı ve posa bakımından zengin olduğu için kabızlığa da son derece iyi gelir. Bitkisel kaynaklı bu yağın kullanılması vücudun aminoasit miktarını arttıracağından vücut kendi proteinlerini sentezler. Bağırsakta ki yararlı mikroorganizmaların çalışabilmesi için probiyotik yani lif içeriği yüksek gıdaların tüketilmesi gerekir. Ayçiçeği yağında lif oranı oldukça yüksektir. Bağırsaktaki bakterileri kolonize ederek bağırsağın çalışmasına yardımcı olur.* ***Elementel Çinko:*** *Çinko yaşamsal olarak gerekli bir metaldir. Sindirim prosesinde besin çinko halinde düzenlenir, ince bağırsağın alt kısmında emilir ve geniş bir oranda proteinlere bağlanır. Boşaltım bağırsaklarda baskın olmakla birlikte ter ve üre halinde de vücuttan dışarı atılır. Çinko bu durumda bir köprü görevi yapar. Sindirim sisteminde görev yapan enzimlerin (ko-enzimlerin) çoğunda mineral kısım çinkodan oluşmuştur. Çinko sindirim sistemine bu yönden de bir katkı yapar…”* şeklinde ifadelere;

[**www.salusilac.com.tr**](http://www.salusilac.com.tr) **adresli internet sitesi ile** [**www.sutumkesilmesin.com**](http://www.sutumkesilmesin.com) **adresli internet sitesinin 08.08.2016 tarihli görünümlerinde, “Galactago Damla” adlı gıda takviyesine yönelik olarak yayınlanan reklam filminde dış ses tarafından seslendirmede,** *“Annelerin sütü adına! Süt bende artık! Çünkü Türkiye’nin damla formundaki anne sütü arttırıcı gıda takviyesi Galactago şimdi eczanelerde. Galactago kullanın bebeğinizi sütsüz bırakmayın.”* ifadelerine; [**www.salusilac.com.tr**](http://www.salusilac.com.tr) **adresli internet sitesinin 08.08.2016 tarihli görünümünde****yer alan tanıtımlarda ise;** *“****Galactago Damla*** *-* ***Rooibos (Kızılçay) Extract:*** *İçeriğinde emziren annenin ihtiyaç duyduğu, demir, çinko, bakır, kalsiyum, potasyum, flor, magnezyum gibi çok önemli mineralleri ve eser elementleri bulundurur. Uykusuzluk, yüksek tansiyon, irritasyon ve baş ağrısının tedavisinde uzun yıllardır başarı ile kullanılmaktadır.* ***Fennel (Rezene) Extract:*** *Özellikle bebek ve çocuklarda gelişmemiş gastro-intestinal sistemden kaynaklanan hassasiyetler ve sindirim problemlerinin başında gelen gaza bağlı krampların hafifletilmesi ve ortadan kaldırılmasındaki güçlü etkisi bilinmektedir. Rezene aynı zamanda anne sütünü arttırıcı bir galaktogogdur. Solunum sistemi hastalıklarına karşı da etkilidir.* ***Verbana Herb (Mine çiçeği) Extract:*** *Hipofiz bezinden prolaktin ve oksitosin hormonlarının salgılanmasını sağlar. Nane ve portakal çiçeği gibi ferahlatıcı, stres gidericidir. Güçlü bir antioksidan özelliğe sahiptir. Ayrıca karaciğer rahatsızlıkları, kramplar, sindirim sorunları gibi durumlarda kullanılan önemli bir galaktogogdur.* ***Chasteberry (Hayıt) Extract:*** *Fito östrojen içerir. Anne sütü arttırtıcı etkisi vardır.* ***Barley Seed (Arpa) Extract:*** *Anne sütünün verimini ve kalitesinin arttırır.* ***Goat’s Rue (Keçi Sedef Otu) Extract:*** *En önemli özelliği yüzyıllardır anne sütünü arttıran bir galaktogog olmasıdır. Keçisedefi otundan; gastrointestinal sorunların giderilmesi, kan şekerini düzenlemesinden ötürü diabet tedavisi, antioksidan olarak olumlu etkileri ve diüretik olarak kullanılması gibi pek çok alanda faydalanılmaktadır. Zayıflama ve form tutmada da sık başvurulan bir bitkidir.* ***Fenugreek (Çemenotu) Extract:*** *Yüzyıllardır bilinen en önemli galaktogogdur. Uzmanlar tarafından eski çağlardan beri bu olumlu etkilerinden ötürü emziren annelere günde 2-3 bardak çemen otu çayı almaları önerilmektedir. Ayrıca bebek ve çocuklarda gaza bağlı olarak mide-bağırsak sistemindeki krampların hafifletilmesine yardımcı olur. C vitamini, A vitamini, kalsiyum, niasin ile fosfor, magnezyum, demir, çinko, selenyum, mangan, potasyum, fosfor ve kobalt minerallerden zengindir.* ***Betaglucan:*** *Galactago'nun içeriğinde bulunan "Betaglucan" bağışıklık sistemini güçlendirir. Bu sayede annenin bağışıklık sistemi güçlendiği gibi bebeğe de anne sütü sayesinde geçen Betaglucan ile bebeğin de bağışıklık sistemi güçlenir.* ***Vitamin C:****Emzirmekte olan annenin kemik, diş ve cilt gelişimi için C vitamini çok elzemdir. Bu vitamin insan vücudunda sentezlenemez, ayrıca C vitamini, E Vitamini ve Beta karoten ile birlikte antioksidan olarak bilinen üç önemli maddeden birisidir. İmmün sistemi güçlendirici ve demir ile yağ emilimini düzenleyici rol oynar…”* şeklinde ifadelere 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 da bilimsel verilerle kanıtlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla inceleme konusu reklamların;

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 5/1-b; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a; 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 **Salus İlaç Üretim ve Pazarlama San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2015/1754**

**Şikayet Edilen: Boğaziçi Et ve Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait*“Sahil”* markalı et ürün ambalajlarında yer alan tüketiciyi yanıltıcı ifadeler.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** Firma tarafından üretilen ***“sahil”*** markalı et ürününün sucuk veya salam şeklinde ambalajlanarak piyasaya sürüldüğü, oysa ürün etiketinde spesifik olarak ürün ismine yer verilmeden *“ısıl işlem görmüş et ürünü”* , *“emülsifiye et ürünü”* ve *“dilimli et ürünü”* gibi genel ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Tüketicileri yanıltıcı ve mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

- 29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6/1-a ve 6/4-a maddeleri,

-05.12.2012 tarih ve 28488 sayılı Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünleri Tebliğinin 15 inci maddesinin (m) bendi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**38)**

**Dosya No: 2016/290**

**Şikayet Edilen: Kibarlı Pazarlama Dayanıklı Tüketim Malları Reklam ve Kırtasiye Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Mesaj TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Kibarlı-PANAX”* isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Mesaj TV”* logolu televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarihte yayınlanan reklamlarda *“Kibarlı-PANAX”* isimli ürüne yönelik olarak *“ …kalbimin rahatladığını, daha rahat yürüdüğümü, daha tempolu yürüdüğüm zaman çarpıntı gelmediğini, rampa çıkarken daha az yorulduğumu fark ettim ve şuanda da sağlığımın iyileştiğini hissediyorum… bu sızı başlayınca devamlı büyük bir fırtına gibi büyüme başlar ve kalkamaz hale geldim. Bir yere gidecek olsam gidemiyorum, üç-beş metre yürüdüğüm zaman olduğum yere yığılıp kalıyorum. Bir hafta sonra faydasını bulmaya başladım, bir hafta sonra hafif sızıntılarım kesilmeye başladı. Damarlara bir kan can verdi… Cenaze halindeydim iskelet halindeydim, 8 ayda tamamen sıfırlandım…”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ayrıca yayın sonunda alt ses eşliğinde *“PANAX EPA-DHA Kalp ve damar sağlığının korunmasına yardımcı olur”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 **Kibarlı Pazarlama Dayanıklı Tüketim Malları Reklam ve Kırtasiye Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**40)**

**Dosya No: 2016/291**

**Şikayet Edilen: Kibarlı Pazarlama Dayanıklı Tüketim Malları Reklam ve Kırtasiye Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [*www.kibarli.net*](http://www.kibarli.net) adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:**  [www.kibarli.net](http://www.kibarli.net) adresli internet sitesinin 07.03.2016 tarihli görünümünde ***Alıç Çayı*** isimli ürüne yönelik olarak “yorumlar” kısmında, *“Kibarli Yazarları Tarih: 11/12/2015 KALP ve CİLT DOSTU: ALIÇ (Hawthorn) BİTKİSİ Avrupa, Kuzey Asya ve Kuzey Amerika başta olmak üzere dünyanın birçok bölgesinde yetişen alıç bitkisi, antioksidan meyvelere sahiptir. Cilt ve sindirim problemlerinin giderilmesi için başvurduğumuz alıç bitkisi, antioksidan özelliği nedeniyle, göğüs ağrısı, kalp ritmi bozuklukları, kalp krizi, kalp yetmezliği, kalp ve damar hastalıklarında da son derece iyileştiricidir. Tıkalı damarların açılması, kan dolaşımı sorunlarının çözümünde oldukça faydalı olduğu gibi, ayrıca, yüksek tansiyon, damar sertliği, kolesterol, ödem, ishal, idrar kaçırma, bağırsak solucanları gibi daha birçok sağlık sorununda iyileşmeye yardımcıdır. Alıç bitkisi çay olarak tüketildiği gibi, gıda takviyesi olarak da –ekstre halinde- tüketilebilir.”* Ayrıca,***Kibarlı Panax*** isimli ürüne yönelik olarak *“ Musa Demir Tarih: 15/12/2015 PANAX GİNSENG Bitkiye verilen PANAX ismi ''her şeyi iyileştiren''--'tam iyileşme'' anlamına gelmektedir Yapılan çalışmalarda iltihap giderici etki gösterdiği, antioksidan olduğu, sinir iletimini ve sinir hücrelerini iyileştirdiği, bağışıklık sistemini güçlendirdiği, şeker ve kolesterol metabolizmasında çok olumlu etkileri olduğu, damar tıkanıklığı ve damar sertleşmesini giderici fonksiyonu oldugu,kanser hücrelerini öldürdüğü gösterilmiştir. Faydalarını başlıklar halinde özetlersek: Yorgunluk ve bitkinlik halini azaltır, zindelik verir. Kalp damar sistemi üzerinde çok olumlu etkileri vardır Bağışıklık sistemini güçlendirir. Karaciğer sağlığını, toksik maddeleri dışarı atarak korur, hücrelerin yenilenmesini kolaylaştırır. Psikolojik ve fiziksel Stresi azaltıcı-adaptojen-olarak tanımlanan etkisi vardır. Kandaki şeker, lipit ve Kolesterol seviyesini düşürür. Anemiye (kansızlık) iyi geldiği yönünde araştırmalar mevcuttur. Bakteriyel ve viral enfeksiyonlarda, hepatit, hatta AIDS hastalarında yarar sağlamıştır. Mide, kalın barsak, karaciğer, prostat, malin melanom, lösemi, baş-boyun,* p*ankreas, meme kemik ve jinekolojik organların kanserlerinde etkili olduğunu gösteren laboratuar çalışmaları yapılmıştır Tümör hücrelerinin bağışıklık sistemi tarafından tanınabilmesini arttırmakta hatta Kemoterapi uygulanan hastalarda olası ilaç dirençlerini ortadan kaldırabilmektedir Hücre tahribatını azaltarak Radyasyon (ışın) tedavisi gören hastalar için faydalıdır. Ginseng tüketimi olan toplumlarda pek çok kanser türünün görülme sıklığı belirgin olarak azalmaktadır. Öğrenme yeteneğini ve hafızayı güçlendirir, konsantrasyonu arttırır. Erkeklerde Cinsel arzuyu artırır ve sertleşme sorununda çözüme yönelik etkisi vardır. Sperm azlığı, sperm yapı ve hareket kusuru olan durumlarda çok olumlu katkıları olup erkek kaynaklı kısırlık problemlerinin çözümünde yararlıdır. ”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Kibarlı Pazarlama Dayanıklı Tüketim Malları Reklam ve Kırtasiye Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **55.055-TL (Ellibeşbinellibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2016/506**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.12.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.epttavm.com adresli internet sitesinin 28.12.2015 tarihli görünümünde;**Musele Afrodizyak ve****Sfliege Afrodizyak Damla** adlı gıda takviyelerine yönelik olarak, *“****Sfliege Afrodizyak Damla-Sfliege Afrodizyak Damla*** *bayan istek arttırıcılar cinsel isteği arttırmaya yönelik olarak üretilmiş, klinik testlere tabi tutularak geliştirilmiş etkili bir ürün. Cinsel ilişki esnasında kadınların performansını güçlendirir, cinsel dürtülerini canlandırır. ”* **Star Nights Ginseng Aromalı Kahve**adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“ %100 bitkisel ürünlerle üretilmiş ginseng aromalı kahve, cinsel performansınızı arttırmaya yardımcı olabilir. Erkeklerde olduğu kadar kadınlarda da etkileri görülmüştür. ”* şeklinde;

**Vicepra Jel Kapsül** adlı gıda takviyesine yönelik olarak*, “ Cinsel deneyimlerinizde hem siz, hemde partneriniz daha büyük hazlar yaşamak istiyorsunuz, Vicepra tüm beklentilerinizi en üst düzeyde karşılayabilecek bir üründür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

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

**42)**

**Dosya No: 2016/1586**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“HM TV”* logolu televizyon kanallarında yayınlanan **“*AKCİĞER DESTEK SETİ, BEYİN DESTEK SETİ VE CANCER”***  isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“HM TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte yayınlanan reklamda *“AKCİĞER DESTEK SETİ, BEYİN DESTEK SETİ VE CANCER”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildiği, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken ürün ile alakalı olarak *“Eşi Aslı DENİZ AKCİĞER DESTEK SETİ, BEYİN DESTEK SETİ ve CANCER Kullandı. Tümörü İyileşmeye Başladı." "EŞİ ASLI DENİZ.BİTKİSEL DESTEK ÜRÜNLERİNİ KULLANDI. AKCİĞER VE BEYİN TÜMÖRÜ İYİLEŞMEYE BAŞLADI.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 Kanunu’nun 24 üncü maddesinin 3 üncü 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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**43)**

**Dosya No: 2016/1587**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”*  logolu televizyon kanallarında yayınlanan *“Beyin Destek Seti”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.07.2015-23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih aralığında yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, *“Beyin Destek Seti”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildiği, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken ürün ile alakalı olarak *“****Dr. Ömer COŞKUN:****İnsanın en önemli organı beyin... Beyninizi besleyin sayın izleyiciler. Neyle mi? karabaş otuyla, tırnak otuyla, ökse otuyla, oğul otuyla, omega 3 ile beyninizi besleyin. Beyin destek seti bugüne özel içinde 7 ürünle birlikte sadece 65 lira. Sigarayı sadece 7 günde bırakabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

-5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu’nun başlıklı 24 üncü maddesinin 3 üncü 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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

**Dosya No: 2016/1588**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Forman”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.07.2015-19.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih aralığında yayınlanan reklamlarda *“Forman”* isimli ürüne yönelik olarak *“Şimdi sizlere yıllara damga vuran, senelerce erkeklerin yaşadığı cinsel problemlerin giderilmesine yardımcı olan, tamamen bitkisel içeriğe sahip Formula 21 formanı sunuyoruz.” “Forman Erkeklere Özel Cinsel Ürün”* isimli ürüne yönelik olarak: “***1.Kullanıcı:*** *Şifalı bitkileri 3 ay kullandım, faydasını gördüm, erken boşalmadan kurtuldum.* ***2.Kullanıcı:*** *Tıbbi tedavi görmedim. Şifalı bitkileri 1 ay kullandım, bir ay sonra ben sertleşme faydasını gördüm, çok memnun kaldım.* ***3.Kullanıcı:*** *Şifalı bitkileri 3 aydır kullanıyorum. Ben çok şeyde fayda gördüm: Sertleşme problemim ortadan kalktı, mesela yakını çok göremiyordum yakını bile görmeye başladım mesela o ürünleri kullandıktan sonra.* ***4.Kullanıcı:*** *Doktor Ömer Coşkun’dan aldığımız Şifalı bitkileri 1 ay kullandım faydasını gördüm normale döndüm. Sertleşme problemim geçti, isteğim de biraz arttı.”* “*Şimdi sizlere yıllara damga vuran, senelerce erkeklerin yaşadığı cinsel problemlerin giderilmesine yardımcı olan, tamamen bitkisel içeriğe sahip Formula 21 formanı sunuyoruz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**45)**

**Dosya No: 2016/1589**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“HM TV” ve “Anadolu Yurdum TV”*  logolu televizyon kanallarında yayınlanan *“Gergedan Seti”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.07.2015-30.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“HM TV” ve “Anadolu Yurdum TV”* logolu televizyon kanallarında yukarda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamda *“Gergedan Seti”* isimli ürüne yönelik olarak *“****Sunucu:*** *İlgi ve alakayı biliyoruz. Her gün yüzlerce kişi arıyor, bizler hayatımızda böyle bir şey görmedik. Buraya çok gelen giden oldu ama biz böyle bir şey inanın görmedik. Şu an gelen mesajlar da var ki size teşekkür edenler, size dua edenler, Ömer Hocam size şöyle söyleyeyim, 67 yaşında olup da ben böyle bir şey görmedim diyenlerden tutun, 45 yaşındayım, ben 10 yıldır yüzüm gülmüyor, siz beni güldürdünüz, Allah da sizi güldürsün diyenler var. Geçenlerde bir de canlı yayına aldık bilmiyorum dinleme imkanınız oldu mu? Ben daha 32 yaşındayım kardeşim olur diyor, benim de başıma geldi, kimsenin başına gelmesin, kötü bir şey bu cinsel problemler. Artık evde öyle bir huzursuzluk başladı ki biz mahkemeye başvurduk. Ben çok duydum ama böyle bir şey duymadım, al kardeşim kullan memnun kalmadınız mı paranızı iade ediyoruz. Kullandım eşimle beraber giderek boşanma davasını geri çektim. İnanılmaz bir şey bu” şeklindeki sözleriyle ve örneklerle ürünü överek telefonun diğer ucundaki Ömer Bey isimli şahsa da tanıtım konusunda yardımcı oluyor.* ***Ömer Bey:*** *“Dünyada altının kilosu 55 bin dolar ama gergedan boynuzunun kilosu 60 bin dolar. Türkiyenin en seçkin sekiz bilim adamıyla el değmeden üretiyoruz. Yani senin böyle bir ürünün olsa sen güvenmeyecek misin?” şeklinde başladığı sözlerini, Setin özelliklerini ve sonuçlarını sıralayarak, bugün Türkiye’de şöyle bir ilki yapacağını sözlerine ekleyen Ömer bey 16 dk. 53 sn.'lik reklam yayını süresince, sunucu ile telefonun diğer ucundaki Ömer Bey veya Ömer Hoca diye hitap edilen şahıs arasındaki diyaloglarla iddia edilen 'Cinsel Performans Arttırıcı Setin' tanıtımı şu sözlerle yapılmaktadır: "Performans tablet, erkeklerde istek arttırıcı kat kat performans gücü sağlıyor yanında da tablet, geciktirici sprey. Geciktirici sprey Türkiye’de bir ilktir. Bu iki ürünü 35 liraya şu anda bizi dinleyen ve hattı düşürecek olan seyircilerimiz alacak... Yanında Türkiye’de bir ilki yapacağım büyültücü tablet ilk kez. 1 saatte etkisini görmezlerse ürünü iade etsinler... Bayanlar için istek arttırıcı damla yaptık. Çayına, çorbana, suyuna kahvene katacaksın, kimse ne olduğunu anlamaz. Suyun içine koy, kolanın içine damlat. İki üç damla damlattığında eğer yarım saatte etkisini görmeyen bayan varsa çağrı merkezini arayacak, ağzına geleni sayacak. Bu kadar iddialıyız. Ne olduğunu anlamayacaksın, kendinden geçeceksin... 5 dakikada hattı kim düşürürse, bir kutu performans, yanında sprey, yanında büyültücü tablet bedava, istek arttırıcı damla bedava, kargo parası yok. 35 lira. Herkese hayırlı uğurlu olsun.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**46)**

**Dosya No: 2016/1590**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”*  logolu televizyon kanallarında yayınlanan *“Hemeroid Destek Seti”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.07.2015-23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV ”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamda *“Hemeroid Destek Seti”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildiği, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken *“İşte size Hemoroid Destek Seti. Bu bitkiler sayesinde makatın içindeki genişlemiş damarlar normal haline gelebilir. Bir ayda rahat nefes alabilirsiniz. Hemoroid Destek Seti.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**47)**

**Dosya No: 2016/1591**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Kansızlık Destek Seti”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.07.2015-23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:**  *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, *“Kansızlık Destek Seti”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildiği, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken ürün ile alakalı olarak ***“****Sizlere kansızlık veya anemi gibi rahatsızlıkların tedavisinde bitkisel gıda takviyesi olarak kansızlık destek setini sunuyoruz. Kansızlık setimiz nedensiz vücut yorgunluklarından kurtulmanıza, hemoglobin değerlerinin yükselmesine, el ve ayaklardaki üşüme hissinin kaybolmasına yardımcı olur. ”* ***“Kansızlık setimiz nedensiz vücut yorgunluklarından kurtulmanıza hemoglobin değerlerinin yükselmesine el ve ayaklardaki üşüme hissinin kaybolmasına yardımcı olur.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**48)**

**Dosya No: 2016/1592**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan firmanıza ait *“Kas Destek Seti”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.07.2015-07.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:**  *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, *“Kas Destek Seti”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildiği, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken ürün ile alakalı olarak *“Kaslar çeşitli sebeplerden zayıflayabilir. Kaslar istediği amino asitleri, istediği enerjiyi bu çantadan bulabilir. Kaslarınız için harika destek seti: Kas Destek Seti. Merdiven çıkamıyorsanız, hayatınız gitgide daha da zorlaşıyorsa kas iskelet sistemine muhteşem bir fayda: Kas Destek Seti”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 Kanun'un 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**49)**

**Dosya No: 2016/1593**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“HM TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“MAMMARIA GROWTH”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.08.2015-15.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:**  *“HM TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamda *“MAMMARIA GROWTH”* isimli ürüne yönelik olarak *“ YENİ! Mammaria Growth* *Göğüs Büyütücü Krem, Daha Büyük ve Güzel Göğüsler İçin Doğal Desteğiniz…, Daha Dik,* *Daha Sıkı, Daha Büyük!.” “****Reklam Sesi:*** *Ameliyatsız, bıçaksız, acı çekmeden, riske girmeden* *muhteşem göğüslere sahip olmak artık elinizde. Bitkisel içeriğe sahip dünyada milyonlarca* *kadının tercihi Mammaria Growth göğsünüzü kabartacak.* ***Ömer COŞKUN:*** *Tepeden tırnağa* *güzellik için Special For Women. Özellikle göğüslerinizin bakımı için, göğüsler, topuk* *çatlakları, karnınızda oluşan çatlaklar için Mammaria Growth. Müthiş bir krem.* ***Reklam Sesi:*** *Bu ürün sayesinde daha sıkı ve dolgun göğüslere sahip olabilirsiniz. Mammaria Growth yüzde* *yüz doğal ürün olup, yan etkisi bulunmamaktadır.* ***Ömer COŞKUN:*** *Bizim ürünlerde asla* *kimyasal madde yoktur. Sentetik madde yoktur. İnsan sağlığına zararlı bir şey yoktur. Bu sette* *her şey doğal. Her şey güzel. Special For Women Damla, Mammaria Growth Krem yanında* *Angelica.* ***Reklam Sesi:*** *Üreme yaşlarında bayanların vücudu yeni doku gelişimine yardım eden* *östrojen hormonunu maksimum düzeyde salgılar. Bu hormon kadın göğüslerinin şeklini,* *sıkılığını ve boyutunu belirlemede etkilidir. Mammaria Growth östrojene benzer bitkisel kökenli* *fito-östrejenler içerir. Bu maddeler doku büyümesini stimüle eder ve göğüslerin daha sıkı daha* *dolgun görünmesine, sarkmış göğüslerin toparlanmasına yardımcı olur. Muhteşem göğüslere* *sahip olmak için doğadaki bitkilerden destek alabilirsiniz.* ***Ömer COŞKUN:*** *Bütün kadınlara,* *ergenlik çağına girmek üzere olan genç kızlara, herkese ben bunu tavsiye ediyorum.* ***Reklam*** ***Sesi:*** *Mammaria Growth bitki özlerinden formulize edilmiş, tamamen bitkisel bir krem* *formulüdür. Mammaria Growth kalıcı etkiye sahiptir. Kullanmaya başladıktan on gün sonra* *etkisini gözle görülür bir biçimde hissedebilirsiniz.* ***Ömer COŞKUN:*** *Angelica nedir?* *Angelica'nın ne olduğunu bir suyun içine üç damla koy görürsün. Üç damla ile gelen hayat.* *Hani bir tabir vardır erkekler için düz duvara tırmanmak diye. Kadınlar için azdırıcı bir damla. Acayip güzel. Her kadın bence bir denemeli.* ***Reklam Sesi:*** *Silikonlar artık tarihe karışıyor. Mammaria Growth pahalı ve tehlikeli ameliyatlara güvenli ve etkili bir alternatiftir. Her* *yaştaki kadının kullanabileceği Mammaria Growth var.* ***Ömer COŞKUN:*** *Special For Women* *Damla, Mammaria Growth Krem yanında Angelica. Sana düşen ne? Alo demek alo.* ***Reklam*** ***Sesi:*** *Başka hiçbir yerde bulamayacağınız sadece Doktor Ömer COŞKUN kalite ve* *güvencesiyle sahip olacağınız Mammaria Growth ürününe kargo bedeli ödemeden sahip* *olabilirsiniz. Bu harika ürüne sadece 65 TL'ye sahip olmak için hemen bizi arayın.” ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Yukarıda örnek olarak belirtilen kozmetik ürünle ilgili olarak bilimsel olarak ispata muhtaç, “kozmetik ürün” tanımını aşan ve endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketiciyi yanıltan beyanlara yer verildiği; ayrıca anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “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, belirtilen tüm bu hususların;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4 üncü ve 10 uncu maddesi,

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4-c; 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-d; 7/1-a, 7/1-b, 7/1-c maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**50)**

**Dosya No: 2016/1594**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“My Slimmer”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.07.2015-23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, *“My Slimmer”* isimli ürün ile alakalı olarak *“Kilo vermek isteyenler, fazla kiloları olanlar, formda kalmak isteyenler duyduklarınıza değil; gördüklerinize inanın. Aç kalmadan formda kalmaya, fazla kilolardan kurtulmaya hazır olun. Yediğinizden, içtiğinizden kısmadan ağzınızı bantlamadan, doya doya, iştahlı iştahlı yiyerek formda kalmaya hazır olun”*  ***Kullanıcı-1:****115 kiloyla geldim şuan 95 kiloyum.* ***Kullanıcı-2:****81 kilodan 65 kiloya düştüm şifalı bitkilerin sayesinde.* ***Kullanıcı-3:****Zorlanmadım hiç aç kalmadım 2 ay içinde 10 kilomu verdim.* "*dünyanın en etkili, en başarılı, en sağlıklı zayıflama sistemi My Slimmer”* “*Yıllarca obeziteyle yaşadım. Fazla kilolarım vardı. Bir gün teraziye çıktım, baktım ki 110 kiloyum. Zayıflamam gerektiğine inandım. My Slimmer’i ürettim. My Slimmer beni zayıflattı. My Slimmer sayesinde tam 32 kilo verdim. Siz de elimdeki bu ürünlerle ayda rahatlıkla 4-5 kilo verebilirsiniz."* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**51)**

**Dosya No: 2016/1595**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Panax”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.07.2015 (02:51-02:54)

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih ve saatte yayınlanan tele-alışveriş kuşağında *“PANAX”* isimli ürüne yönelik olarak *“Hamileler dışında emzirenler, nekahet döneminde olanlar ameliyat sonrası, yaşlılar, gençler, ergenliğe girenler, 6 aylık bebekler dahi herkes başta “Panax” olmak üzere bizim ürünlerimizi kullanabilir* (...) “*Bakın sloganımız tam iyileşme avuçlarınızın içinde. Sloganımız bu. Panax'ta biz bu ürünü yazarken yüzde yüz doğal bitkisel gıda derken alta da tam iyileşme avuçlarınızın içinde derken bunu bir takım şeyleri bilerek, bilimsel çalışmalar yaparak, milyonlarca insanı gözleyerek, takip ederek kontrol ederek yazdık. Değil mi Zühal?* ***Sunucu:****Tabiki hocam. Fayda gören insanlar her gün zaten bizi ee çağrı merkezimize siparişlerini verdikleri gibi 0 212 470 20 20’ye fayda gören insanlar da teşekküre arıyor.* ***Dr. Ömer Coşkun:****Örnekleri okuyalım. Evet* ***Sunucu:****Okuyalım. Yani bugün 10 Mayıs 2015 tarihli çağrı merkezimizi fayda gören hastalar Yüksel ÖZBORA 58 yaşında 7’den 77’ye diyorsunuz ya hocam, Panax’ı 3 ay kullanıp gizli şekerinin tamamen bittiğini bildirmiş. Tanıtım yayını ürüne dair görsellerin gösterilmesi ve bununla birlikte kalp damar rahatsızlıklarının giderilmesine yardımcı bitkisel gıda takviyesi iddialarının yer almasıyla sona ermektedir. Söz konusu tanıtım yayını değerlendirildiğinde yayında mevzuata aykırı olduğu düşünülen pek çok öğenin mevcut olduğu görülmektedir. Öncelikle tanıtım yayınında iddia edilen tezlerin kanıttan yoksun olduğu düşünülmektedir. Tanıtım yayınının başında ürünün****“****tam iyileşme avuçlarınızın içinde” gibi bir tez ileri sürülmektedir. Bununla birlikte söz konusu Doktor Ömer COŞKUN’un tanıtım yayınının bir kısmında “tam iyileşme avuçlarınızın içinde derken bunu bir takım şeyleri bilerek, bilimsel çalışmalar yaparak, milyonlarca insanı gözleyerek, takip ederek, kontrol ederek yazdık”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**52)**

**Dosya No: 2016/1596**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Prostat Destek Seti”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.07.2015-23.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, *“Prostat Destek Seti”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildiği, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken ürün ile alakalı olarak *“Prostat kâbusunuz olmasın”*  *“prostat hastalığının giderilmesine yardımcı olduğu kanıtlandı”*  “*ileri yaştaki erkeklerin yaşamış olduğu prostat sorununun giderilmesinde yardımcı olan, şifalı bitki özlerinden üretilmiş, uzmanlarca da önerilen, yüzde yüz bitkisel prostat destek seti ilaç değil; bitkisel gıda takviyesidir"*  ***"Muhabir:****Merhabalar efendim hoş geldiniz sizi tanıyabilir miyiz? /****Kullanıcı:****Hoş bulduk. Rahman EREN. Benim ismim Rahman EREN /****Muhabir:****Nerden geliyorsunuz? /****Kullanıcı:****İzmir Urla kazasından. /****Muhabir:****Ne rahatsızlığınız vardı? /****Kullanıcı:****Benim daha önceden prostat vardı. /****Muhabir:****Nasıl etkiliyordu prostat sizi? /****Kullanıcı:****Yani sık sık idrara çıkmak oluyordu. Yani rahatsızlık hissediyordum. /****Muhabir:****Tıbbi tedavi gördünüz mü? /****Kullanıcı:****Gördüm ve tıbbi tedavi 2 sene bir hapım vardı. Onu kullanıyordum prostatı kullandıktan sonra prostat setini doktor dedi kullanmayacaksın ama bilmiyordu benim ne kullandığımı. Bana dedi bundan sonra hap kullanmak yok dedi ve 3 ay oldu bıraktım. Yani 2 yıl kullandım. Şey ilacımı bıraktım doktorun verdiği. /****Muhabir:****Prostat setinden sonra ne gibi faydalar gördünüz? /****Kullanıcı:****Prostat setini… Gayet rahatladım. Yani iyi oldu, yani memnunum yani. Çok güzel. Sık sık çıkıyordum 6-7 sefer çıkıyordum fakat prostat setini kullandıktan sonra o sık sık çıkmam geçti yani."* ***“Prostatta büyüme varsa, prostatta iltihap varsa, prostatta kanser varsa korkmayın… Bitkilere müracaat edin”*** ***“prostat hastalığının giderilmesinde yardımcı olduğu kanıtlandı”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**53)**

**Dosya No: 2016/1597**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan *“Pro-X Megamen Erkeklere Özel Cinsel Ürün”* isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.07.2015-24.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV”*  logolu televizyon kanalında yukarıda belirtilen tarih aralığında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamlarda *“Pro-X Megamen Erkeklere Özel Cinsel Ürün”* isimli ürüne yönelik olarak ;*“****Dr. Ömer COŞKUN:****Peki, bu ürün ne yapıyor. Erkeğin ihtiyaç duyduğu maddeleri bünyeye katıyor. Bu maddeler çinko başta olmak üzere gümüş iyonuna kadar gençliğimizi, enerjinizi, mutlu aile hayatınızı, partnerinizle olan güzel dakikalarınızı arttırmanın yolu, mutluluğu arttırmanın yolu şifalı bitkilerden geçiyor. Neyin içinde? Pro-x Megamen kutusu içinde.* ***Dış Ses:****Pro-X vücudunuza enerji ve zindelik katmaya, kan dolaşımını hızlandırmaya, sinir sisteminin düzenlenmesine, hormon üretiminin desteklenmesine, yorgunluğunuzu gidermeye, kalbinizi ferahlatmaya ve performansınızı arttırmaya yardımcı olur.* ***Dr. Ömer COŞKUN:****(…) cinsel isteksizlik veya impotans, iktidarsızlık, ereksiyon problemleri, sertleşme sıkıntılarını unutun.* ***Dış Ses:****Pro-x uzun süren çalışmalar sonunda ortaya konulmuş önemli bir formüldür.****Amerika ve Türk Tarım bakanlıklarından izinli Pro-x****sizlere uzun süre sağlıklı cinsel hayat, maksimum mutluluk sağlar. Mutlu bir aile hayatı için Pro-X’i tercih edin…”*şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “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 Yönetmeliğin 5-a, 5-b, 5-c, 5-ç, 5-d maddeleri,

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

- 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 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 ve 9/4 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**54)**

**Dosya No: 2016/1598**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“HM TV”* logolu televizyon kanalında *“Pro-X Megamen-Angelica Erkekler ve Kadınlar İçin Cinsel Ürün”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.07.2015 - 24.07.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“HM TV”*  logolu televizyon kanalında 01.07.2015 - 24.07.2015 tarihleri arasında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamlarda, *“Pro-X Megamen-Angelica Erkekler ve Kadınlar İçin Cinsel Ürün”* isimli ürüne yönelik olarak; *“Ömer COŞKUN:**(Gazete sayfasından okuyarak)****"****Bakın bugün Doktor Haydar DÜMEN'e sorulan sorulardan biri "Karım çok isteksiz. Neden?" Soru bu. 36 yaşındayım. 5 yıllık evliyim. Son iki yıldır karım çok isteksiz. Huzurumuz kalmadı. Boşanmayı konuşmaya başladık. Ne yapmam gerekiyor. Acilen arayıp ANGELICA (Ekranın sağ alt köşesinde angelica azdırıcı hediye! ibaresi de bulunmaktadır)'yı karına, eşine vermen gerekiyor. Peki nasıl kullanacaklar? Sunucu: Şimdi hocam zaten bu muhteşem bir kampanya. PRO-X'ler çift olarak verildi. PRO-X haftada bir aç karnına erkekler için özel bir ürün ama damlayı da bayanlar bir bardak suya üç veya beş damla damlatarak kullanacaklar. Bu muhteşem set zaten 65 TL'ye. Bu kampanya her an ben bitebilir diyorum. Çünkü tek bir PRO-X'i normalde 49 TL'ye sahip oluyorlar. Bilenler bilirler. Kocaman bir set 65 TL'ye. Yapmaları çok basit hocam. 0 212 470 20 20 çağrı merkezimizi arıyorsunuz. Bakın Doktor Haydar DÜMEN de -Hocam müsaade ederseniz göstereceğim. - Çift Taraflı Mutluluk diyor. Eşler arasında, buradaki yazıya da hemen değinmek istiyorum ben. Çift taraflı mutluluk. Evlilikte cinsellik olmazsa olmazlardan. İlişki yolunda gitmiyorsa, biri mutsuzsa tartışmalar başlıyor. Her iki taraf da mutlu olsun demiş hocamız burada. Dengeler kurulsun. Bunun için de Doktor Ömer COŞKUN da size dengeleri kurarark hem ANGELICA dedi bayan için. Hem de PRO-X dedi ki denge kurulsun ve aile içinde huzur başlasın. Ömer COŞKUN: (Gazete kupürü göstererek) Şimdi ustalık için zaman şart diyor. Bugünkü başlık bu. Cinselliği öğrenmek, tadına varmak bazen yıllar alabiliyor. Gençler ilk denemede başarısız olunca sinirlerini bozuyor. Umutsuzluğa kapılmaya hiç gerek yok. Çünkü PRO-X MEGA MEN var. İster genç ol ister, ister orta yaşta istersen yetmişin üstünde. Yani yaşlı sınıfına gir. Bize göre PRO-X MEGA MEN'le her yaş onseksizdir* ***Sunucu:****Evet gençliktir. Zaten yetmiş yaşında insanlar bile hocama teşekkür ederim diyor. Beni 18 yaşıma geri döndürdü diyor. Bakın hocam fayda görenler var burada. (Bir kağıttan okuma yapılıyor.) Kemal CANAT, 62 yaşında aramış Ulukışla, Niğde'den. PRO-X MEGA MEN setimizi kullandıktan sonra erkeklere özel sıkıntıları varmış. PRO-X MEGA MEN'i kullandım. Bütün bu sıkıntılarım ortadan kalktı ve çeşitli ürünlerden de SPARTACUS gibi FOR MEN gibi ürünlerden de sipariş etmiş hocam. Ömer COŞKUN****:****(Gazete kupürü göstererek) Bakın. 21 yaşındayım diyor. Eşim orgazm olamıyor. 3 aydır düzenli cinsel ilişkiye giriyoruz ama kadın bu işten hiçbir şey anlamıyor diyor. ANGELICA vereceksin. Bu seti hemen sipariş edeceksin. Normalde ANGELICA tek başına 65 liralık bir ürün ama bizim halkımıza, izleyicilerimize bir güzelliğimiz olsun. PRO-X MEGA MEN bir alana bir kutu da bizden. Yanında ANGELICA hediyesi. Yanında harnup var. Peki harnup konusunda ne diyeceksin? Sunucu: Hocam şimdi insana vitamin ve mineral olmadan olmaz diyorsunuz. Onun için tüm setlerin yanında olduğu gibi PRO-X MEGA MEN'in yanında da harnubumuz var. Bir bardak suya bir tatlı kaşığı kadar atıyorsunuz. Kakao gibi kullanıyorsunuz bunu. Soğuk süte veya ılık suyun içerisinde kullanabilirsiniz. Vitamin, mineral kaynağı. Hocam ne diyor? Vitamin, mineral olmadan diyor. Hiçbir şey olmaz. Onun için yanına harnubu da hocam iliştirdi.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d maddeleri,

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

- 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 ve 42/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2016/1599**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* ve *“HM TV”*  logolu televizyon kanallarında *“Spartacus Erkeklere Özel Cinsel Ürün”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.07.2015 - 16.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“HM TV” ve “Maxi TV”*  logolu televizyon kanallarında 03.07.2015 - 16.08.2015 tarihleri arasında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamlarda, ***“Spartacus Erkeklere Özel Cinsel Ürün”*** isimli ürüne yönelik olarak; *“Şimdi sizlere 2015 yılının ödüllü performans ürünü SPARTACUS'ü sunuyoruz. SPARTACUS'ün içindeki eşsiz bitkileri yine o formulize etti. Binlerce erkek onun sayesinde hayata döndü. Yaptığı her ürün ödüllere layık görüldü. O bitkilere hayat veren adam. O Türkiye'nin ilk ve tek herbalist doktoru Ömer COŞKUN. Doktor Ömer COŞKUN'dan yine yıllara damga vuracak erkeklere özel yeni bir formül, yeni bir dokunuş. SPARTACUS. (Ömer COŞKUN'un reklam içerisinde kendi sesinden ürünü tanıtım konuşması): "SPARTACUS. Madem sana büyüklük lazım. Kafana takmayacaksın. SPARTACUS'u kullandığın anda uzar, kalınlaşır, dikleşir. Yani erkeğin ihityacı olan ne varsa spermin üretimi için, testisin vesaire gelişimi için. Erken boşalma için. Bakın bir sürü erkeğin derdi erken boşalma." SPARTACUS erkeklerin cinsel sorunlarına karşı üretilmiş benzersiz bir üründür. Cinsel hayatına renk katmak isteyen çiftlerin favori ürünü haline gelen SPARTACUS yüzde yüz doğal bir formüle sahip bitkisel bir üründür. SPARTACUS gücünüze güç katmaya performansınızı maksimum seviyeye çıkarmanıza yardımcı olur. SPARTACUS testesteron seviyesinin düşük olduğu durumlarda, iktidarsızlık gibi sorunlarda, sperm sayısının azlığında ve kalitesini yükseltmede sizlere yardımcı olur. Sizlere mutlu bir cinsel hayatın sırrını veriyoruz. Her savaştan zaferle ayrılmanın, her kavgada üste çıkmanın formülü SPARTACUS'de gizli. Partnerinizle uzun geceler yaşamak, mutluluğun doruklarına çıkmak için sizler de hemen SPARTACUS'ü sipariş edin. 0 212 470 20 20" "SPARTACUS. Madem* sana *büyüklük lazım. Kafana takmayacaksın. SPARTACUS'u kullandığın anda uzar, kalınlaşır, dikleşir. Yani erkeğin ihityacı olan ne varsa spermin üretimi için, testisin vesaire gelişimi için. Erken boşalma için. Bakın bir sürü erkeğin derdi erken boşalma.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d maddeleri,

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

- 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 ve 42/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2016/1600**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında *“Şeker Destek Seti”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.07.2015 - 18.08.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Maxi TV”* logolu televizyon kanalında 21.07.2015 - 18.08.2015 tarihleri arasında muhtelif saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, *“Şeker Destek Seti”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle isimlendirildiği, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken ürün ile alakalı olarak *“Şimdi sizlere şeker hastalığından kurtulmanıza yardımcı şeker destek setini sunuyoruz.” “Binlerce şeker hastası onun sayesinde şekeri silip attı, yaptığı her ürün ödüllere layık görüldü” “****1.Kullanıcı:****İnsülin kullanıyordum, işte şeker hapı kullanıyordum. Doktorlara zaten sürekli gidiyordum. Şu anda****4 aydan beri kullanıyorum şeker setini, şekerim 180’den 120’ye kadar düştü.2.Kullanıcı:****Oğlum şifalı bitkileri 11 aydır kullanıyor, çok faydasını gördüm. Az önce söylediğim hiçbir rahatsızlığı kalmadı, hepsinden kurtuldu.****Şekeri 700’lerden 65’e kadar düştü,****çok uysallaştı. Dilindeki harita hastalığı iyileşti, halsizliği gitti.****3.Kullanıcı:****Ömer beyin bitkilerini 2,5 aydır kullanıyorum, çok rahatladım. Şifalı bitkilerden dolayı daha iyi oldum.****Yani onları kullandığım için şekerim 160’dan 97’ye düştü.****Ateş oluyordu ayaklarıma onlar rahatladı, ağız kuruluğum gitti. Yani baş dönmeleri oluyordu, onlar geçti.****4.Kullanıcı:****Şeker hastalığı bende ayaklarda yanma yapıyordu, ağızda kuruluk yapıyordu, onlar geçti.”* “*Dr. Ömer Çoşkun- birçok insanın problemi ağız kuruluğu yapıyor, çok idrara çıkartıyor, gece idrara kaldırıyor, şeker hastalığı insanı güçsüz kuvvetsiz bırakabiliyor. İşte size tavsiyem şeker destek seti. Bu set normalde 130 TL olan bir set. Fakat biz kampanya yaptık. Hatice Aysuna-İstanbul/Şirinevler-Şeker vardı, tansiyon vardı. Muhabir-bu rahatsızlıklar sizi nasıl etkiliyordu. Hatice Aysuna-halsizlik, ayakta duramıyordum. Bir iki üç erkek koluma girip öyle getiriyorlardı beni hastaneye. Bir senedir tedavi görüyorum onunla hiç bir faydasını görmedim. Muhabir-bitkisel ürünlerden sonra ne gibi faydalar gördünüz. Hatice Aysuna-şimdi beni kimse evde tutamıyor, evde oturmak istemiyorum. Ayağa kalkamayan bir insan, yürüyemeyen bir insan, dünyamdan vaz geçmiştim. Şu anda evde oturmak istemiyorum. Turp gibi olacam, daha da iyi olacam. Şekerim, tansiyonum düzene girdi... Dr. Ömer Çoşkun-Peki bu set ne yapıyor. Bu set pankrası yeniliyor, pankrasın içinde insülin üreten beta hücrelerini tamir ediyor... İlaç bilimi araştırmaları dergisinde ben şeker hastalığının yok edildiğini gösterdim. Bütün dünya ya duyurdum...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d maddeleri,

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

- 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 ve 42/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2016/1601**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“HM TV”*, *“Al TV”* ve *“Maxi TV”* logolu televizyon kanallarında *“VCPR”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.07.2015 - 02.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“HM TV”*, *“Al TV”* ve *“Maxi TV”*  logolu televizyon kanallarında 06.07.2015 - 02.10.2015 tarihleri arasında muhtelif saatlerde yayınlanan reklamlarda, *“VCPR”* isimli ürüne yönelik olarak, *“Erkeklere özel Performans ürünü, Cinsel Problemlerin Giderilmesine Yardımcı, Erkeklerin Özel Problemlerine Yardımcı, DAHA DİK! DAHA KALIN! DAHA UZUN! Güç ve Performansınızı En Üst Seviyeye Çıkarın! Penisinizi uzunluk ve kalınlık olarak 7,62 cm ye kadar geliştirir. Taş gibi sağlam, daha büyük, daha sert, daha yoğun ereksiyonlar. Erken boşalma probleminden sonsuza kadar kurtulun. Sevgilinizi daha önce hiç olmadığı kadar memnun edin…” "ERKEKLERE ÖZEL Daha Dik, Daha Kalın, Daha Uzun"; "CİNSEL SORUNLARIN GİDERİLMESİNE YARDIMCI"," YILLARCA UYUYAN CİNSEL ARZULARINIZI UYANDIRMAYA", "SADECE 30 GÜNDE 6 CM. BÜYÜME SAĞLAR" "Şimdi sizlere, erkeklerin yaşamış olduğu cinsel sorunların giderilmesine yardımcı, tamamen bitkisel gıda takviyesi olan VCPR'yi sunuyoruz. Yıllarca uyuyan cinsel arzunuzu uyandırmaya, yaşamış olduğunuz işlevsel problemlerin giderilmesine, kan akışını ve basıncını düzenleyerek cinsel organınızın kalınlığını ve boyunu uzatmaya yardımcı bir üründür.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d maddeleri,

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

- 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 ve 42/2 maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2016/1742**

**Şikayet Edilen: Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“HM TV”* logolu televizyon kanalında *“Karaciğer Destek Seti”* isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“HM TV”* logolu televizyon kanalında 01.10.2015 tarihinde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, *“Karaciğer Destek Seti”* isimli ürünün sağlık beyanı içeren ifadelerle tanıtım ve satışının yapıldığı, ayrıca ürün tanıtımı yapılırken ürün ile alakalı olarak; *“Karaciğerinizdeki büyümeye yağlanmaya harikadır. Karaciğerin içindeki hepatit virüsünün oluşturduğu sıkıntılarda süperdir. 3 ay boyunca karaciğer için kullanıldığında hücreler yenilenir ve siz sağlığınıza kavuşabilirsiniz. Karaciğer Destek Seti Tavsiye ediyorum.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda endikasyon belirten ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanları dışında 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 ürün ile tedavi edilebileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusuiddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünün söz konusu reklamlarda belirtilen iddialarıkanıtlayabilir nitelikte olması durumunda, “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç”kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında yer alan ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

**-** Sağlık Beyanı İle Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 5/1-a, 5/1-b, 5/1-c, 5/1-ç, 5/1-d maddeleri,

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

- 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 ve 42/2 maddeleri;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.011-TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2015/986**

**Şikayet Edilen:** **Dünyam İnşaat Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.paleodiyeti.net](http://www.paleodiyeti.net) adresli internet sitesinde "Paleo Life" adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.paleodiyeti.net](http://www.paleodiyeti.net) internet sitesinin 13.04.2015 tarihli görünümünde; ***“Bugüne kadarki en güçlü yağ yakıcı PaleoLife, kilo vermek için ne lazımsa hepsi Paleo Life kutusunda. PaleoLife diyeti ile göbeğinizdeki yağlardan kurtulun. (…) PaleoLife içeriğinde bulunan elma lifi sayesinde, günlük ihtiyacımız olan posa miktarın rahatlıkla karşılanmaktadır. Bu sayede, mide boşalması gecikir, acıkmazsınız! (…)”*** *ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.paleodiyeti.net](http://www.paleodiyeti.net) adresli internet sitesinde yer alan **“Paleo Life”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**60)**

**Dosya No: 2015/1016**

**Şikayet Edilen:** **Murat EKEN**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.nzt48resmisitesi.net](http://www.nzt48resmisitesi.net) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.nzt48resmisitesi.net](http://www.nzt48resmisitesi.net) adresli internet sitesinin 30.12.2015 tarihli görünümünde, ***“Nzt48, zeka seviyesinde artışa yardımcı, daha hızlı düşünme ve anlamaya yardımcı, hafızanızı geliştirmeye yardımcı, unutkanlık tedavisine yardımcı, sınavlarda başarılı olmanıza yardımcı, uykusuzluk, panik atak, stres, halsizlik gibi günümüzün en büyük sorunlarını çözmeye yardımcıdır. NZT48 Nedir? Nzt48 Uzakdoğu ülkelerinde yetişen ve ilaç tedavi yöntemlerinde kullanılan özel köklü bitki PANAX ile vücudu ve tembelleşen beyin aktivitelerini tekrar uyarır. Unutkanlık ve hafıza problemi, yorgunluk, halsizlik, odaklanamamak ve konsantrasyon bozukluğu, hızlı düşünememek, anlatılanları ya da okunanları ilk seferde anlayamamak, panik atak, uykusuzluk, stres ve depresif düşüncelere bağlı mutsuzluk sorunlarını ortadan kaldırmada yardımcıdır.”*** *ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.nzt48resmisitesi.net](http://www.nzt48resmisitesi.net) adresli internet sitesinde yer alan **“NZT48”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünün bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünle tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**61)**

**Dosya No: 2015/1184**

**Şikayet Edilen:** **İnteraktif/Çıtak Medikal**

**Şikayet Edilen Reklam:**<http://novateatoxsatis.com>, <http://novateatox.co>, <http://novateatox.org> ve <http://teatoxcayi.com> adlı internet sitelerinde yer alan ifade ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://novateatoxsatis.com>, <http://novateatox.co>, <http://novateatox.org> ve <http://teatoxcayi.com> adresli internet sitelerinin 09.07.2015 tarihli görünümünde; ***“Kilo vermek mi istiyorsun? Detoks çayı zayıflamaya yardımcıdır. Yağ yakımına yardımcıdır. Metabolizma hızlanmasına yardımcıdır. Ödemi ve toksinleri atmaya yardımcıdır. Enerji vermeye ve iştah kapamaya yardımcıdır.”*** *ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://novateatoxsatis.com>, <http://novateatox.co>, <http://novateatox.org> ve <http://teatoxcayi.com> adresli internet sitelerinde **“Nova Teatox Detoks Çayı”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**62)**

**Dosya No: 2015/1185**

**Şikayet Edilen:** **Hil Grup İnternet Bilişim Medikal Medya Paz. Tur. İnş. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:**<http://novateatox.net> ve <http://nova-teatox-resmisite.com> adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://novateatox.net> adresli internet sitesinin 09.07.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda, ***“Kilo vermek mi istiyorsun? Detoks çayı ile zayıflamaya hemen başlayın. Yağları yakar. Metabolizmayı hızlandırır. Ödemi ve toksinleri atar. Enerji verir, iştah kapatır.”***,

<http://nova-teatox-resmisite.com> adresli internet sitesinin 09.07.2015 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise, ***“Kilo vermek mi istiyorsun? Detoks çayı zayıflamaya yardımcıdır. Yağ yakımına yardımcıdır. Metabolizma hızlanmasına yardımcıdır. Ödemi ve toksinleri atmaya yardımcıdır. Enerji vermeye ve iştah kapamaya yardımcıdır.”*** *ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://novateatox.net> ve <http://nova-teatox-resmisite.com> adresli internet sitelerinde **“Nova Teatox Detoks Çayı”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hil Grup İnternet Bilişim Medikal Medya Paz. Tur. İnş. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**63)**

**Dosya No: 2015/1442**

**Şikayet Edilen:** **Murat EKEN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 06.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.liposhot-siparis.com](http://www.liposhot-siparis.com) adresli internet sitesinin 06.01.2016 tarihli görünümünde, ***“Lipo SHOT etkisi bilimsel olarak kanıtlanmış, dünyada milyonlarca insanın tercihi olmuş ve başarı hikayelerine konu olan doğal yağ yakıcı ve zayıflamaya yardımcı %100 Organik İçecektir. Deniz Seki’nin 19 kilo verme sürecindeki destekçisi LipoSHOT zengin içeriği ile Türkiye’de de satışa çıktı. Lipo SHOT ile gün içerisinde yediğiniz yemeklerin içerisinde bulunan tüm yağları yakmaya hızlıca kilo vermenize yardımcıdır...”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.liposhot-siparis.com](http://www.liposhot-siparis.com) adresli internet sitesinde **“Liposhot”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No: 2015/1452**

**Şikayet Edilen:** **Murat ÇITAK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Değerlendirme/Karar:** <http://novateatoxsiparis.com> adresli internet sitesinde **“Nova Teatox Detoks Çayı”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğinde olan söz konusu ürünün insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**65)**

**Dosya No: 2015/1453**

**Şikayet Edilen:** **Gülşen YÜKSEL**

**Şikayet Edilen Reklam:**<http://nova-teatox.resmi-satis.com> adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://nova-teatox.resmi-satis.com> 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 ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://nova-teatox.resmi-satis.com> adresli internet sitesinde **“Nova Teatox”** adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünün insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**66)**

**Dosya No: 2015/1462**

**Şikayet Edilen:** **Aktaşsan Elektrik Hırdavat İnşaat Yapı Malzemeleri Ticaret Ve İthalat İhracat Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: <http://nova-teatox.com> adresli internet sitesinin 21.01.2016 tarihli görünümünde, ***“Nova Teatox Detoks Çayı”*** adıyla satışa sunulan ürüne ilişkin tanıtımlarda ürünün detoks yapma etkisi olduğuna yönelik ifadelere ve muhtelif sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** <http://nova-teatox.com> adresli internet sitesinde **“Nova Teatox Bitki Çayı”** adlı ürünün detoks yapma etkisi olduğu izlenimi verilerek mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarına aykırı ifadelerle tanıtım ve satışının yapıldığı, gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtılarak tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Aktaşsan Elektrik Hırdavat İnşaat Yapı Malzemeleri Ticaret Ve İthalat İhracat Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2015/1463**

**Şikayet Edilen:** **Deva Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.devamerkezi.com](http://www.devamerkezi.com) adresli internet sitesinin 29.06.2015 tarihli görünümünde, ***“Nova Teatox Detoks Çayı”*** adıyla satışa sunulan ürüne ilişkin tanıtımlarda ürünün detoks yapma etkisi olduğuna yönelik ifadelere ve muhtelif sağlık beyanlarına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** : [www.devamerkezi.com](http://www.devamerkezi.com) adresli internet sitesindeki **“Nova Teatox Bitki Çayı”** adlı ürünün detoks yapma etkisi olduğu izlenimi verilerek mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarına aykırı ifadelerle tanıtım ve satışının yapıldığı, gıda takviyesi niteliğindeki ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtılarak tüketicilerin yanıltıldığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- 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,

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**68)**

**Dosya No: 2015/326**

**Şikayet Edilen:** **ZDK İlaç Medikal Kozmetik ve San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.firsatkasasi.com](http://www.firsatkasasi.com) adresli internet sitesinin 07.12.2015 tarihli görünümünde; *“****Imedeen Derma One 60 Tablet:*** *Yaşlanmanın ilk belirtilerine karşı Imedeen Derma One etkili bir gıda takviyesidir. Imedeen Derma One orijinal cilt bakım formülüdür. Yaşlanmanın gözle görülür belirtilerini azaltmak ve güzel, pürüzsüz ve parlak bir cilde kavuşmaya yardımcı olan besin maddeleri ile cildi destekler.* ***Shen Min Saç Besleyici Kadın 60 Tablet:*** *Güçlü ve sağlıklı bir saç için vitamin ve minerallerle saçı besler. Shen min women bayanlarda saç dökülmesi önleyen ve sağlıklı saç gelişimine yardımcı olan doğal içerikli bir üründür.     Shen Min Advanced Women kadınlarda saç dökülmesini önlerken saçlı deri dışındaki kıl foliküllerine etki etmez ve vücudun diğer bölümlerinde tüylenmeye sebep olmaz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**69)**

**Dosya No: 2015/1113**

**Şikayet Edilen:** **Nuri KARA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.instadietsitesi.com](http://www.instadietsitesi.com) adresli internet sitesinin 23.06.2015 tarihli görünümünde; “*Son Dakika! Popun yıldızı #İnstadieti’i paylaştı. Aç kalmadan spor yapmadan* *Kilo kontrolü sağlanır mı? Onu mu? Bu kaç kaloridir? Hangi saatte yemeliyim? DERT* *ETMEYİN! Hemen arayın... İnstaDiet uzmanından bilgi alın. İnsta Diet uzmanınız sizi bekliyor.* *İnsta Diet içeriğinde alkali diet su, gece diet çayı ve gündüz diet çayı var. Uzmanların etkili* *kullanım için tavsiyesi”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**70)**

**Dosya No: 2015/1300**

**Şikayet Edilen:** **Nuri KARA**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.bombaxsitesi.com](http://www.bombaxsitesi.com) ve [www.bombaxsiparisi.com](http://www.bombaxsiparisi.com) adresli internet sitelerinde **“Bombax”** adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2015, 02.07.2015, 10.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.bombaxsitesi.com](http://www.bombaxsitesi.com) adresli internet sitesinin 19.06.2015 ve 02.07.2015 tarihli görünümlerinde; *“Bombax Kilo Aldırıcı. Kudret narlı bitkisel karışım olarak da bilinen bombax, metabolizmamızın dengesini düzenleyerek doğru bir düzeyde tutmamıza yardımcı olur. Yoğun iş temposu yüzünden sürekli yorgun olan bireylere de yardımcı etkiler sağlayabilir. Düzenli bir kullanım sağladığınız zaman birey üzerinde büyük bir enerjiye sahip olmakla birlikte aynı zamanda sporcular üzerinde de faydalı olabilir.”*, [www.bombaxsiparisi.com](http://www.bombaxsiparisi.com) adresli internet sitesinin 10.09.2015 tarihli görünümünde ise; *“ Aşırı zayıflık her geçtiğimiz gün bir kişide daha ortaya çıkarak giderek yaygınlaşmasına neden olmaktadır. … Bizleri de bu gibi durumlarda yalnız bırakmayacak olan bombax gibi yardımcı olabilecek ürün seçeneklerini tercihlerinizin arasına yerleştirerek beklenilen sonuçlarında doğru bir şekilde ortaya çıkmasına da yardımcı olabilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**71)**

**Dosya No: 2015/1304**

**Şikayet Edilen:** **İlyas TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kiloaldiricilar.in](http://www.kiloaldiricilar.in) ve [www.kiloaldiriciler.net](http://www.kiloaldiriciler.net) adresli internet sitelerinde **“Bombax”** adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.09.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kiloaldiricilar.in](http://www.kiloaldiricilar.in) adresli internet sitesinin 10.09.2015 tarihli görünümünde; *“Metebolizmayı yormadan sağlıklı kilo almanıza yardımcı olur, vücudunuzun artan enerji ihtiyacını karşılar. Mucize iksirin özellikleri: kilo almaya ve sindirim sistemini düzenlemeye, iştah açmaya, vücut direncini, ruhsal ve bedensel gelişimi güçlendirmeye, metabolizmanın düzene girmesine, dolaşım sistemini iyileştirmeye, bağışıklık sistemini düzenlemeye, kanın yapısını daha akışkan hale getirmeye yardımcıdır.”*, [www.kiloaldiricilar.net](http://www.kiloaldiricilar.net) adresli internet sitesinin 08.01.2016 tarihli görünümünde ise; *“Diğer kilo aldırıcı ürünlerin aksine mucize iksirden az miktarda kullanmak kafi gelmektedir. Mucize İksiri kullanmaya başladıktan itibaren ilk günden başlamak üzere müthiş bir şekilde açlık hissedeceksiniz ve normalin 2-3 katı yemeye başlayacaksınız. Yediğiniz her şeyden olağanüstü zevk alacaksınız. Bir şeyler yemek sizin için zevke dönüşecek. Tabağınızda asla yemek bırakmayacaksınız ve bunu zevkle yapacaksınız. Kilo almaya başlayacaksınız, Enerjiniz aratacak ve hayata daha pozitif bakacaksınız. Ve 1 ay sonunda 4-12 kilo alacaksınız. Bombax Kilo Aldırıcı Bombax beklediğiniz ürün, bünyeye ve kullanıma bağlı olarak ayda 4-12 kg almanız artık çok kolay.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**72)**

**Dosya No: 2015/1490**

**Şikayet Edilen:** **İlhan TUFAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fx15satis.gen.tr](http://www.fx15satis.gen.tr) ve [www.orjinalfx15.org](http://www.orjinalfx15.org) adresli internet sitelerinde **“Fx15”** isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.fx15satis.gen.tr](http://www.fx15satis.gen.tr) ve [www.orjinalfx15.org](http://www.orjinalfx15.org) adresli internet sitelerinin 05.02.2016 tarihli görünümlerinde*;* *“Fx15 ideal formunuza kavuşmanız, düzenli sindirim sistemi ve sağlıklı bir yaşam gibi birçok işe yarar. Sizlere sunduğu bu doğal etkileri formda kalmanız için birçok etkiyi sağlamaktadır. Kullanmanız sonucunda başlıca görebileceğiniz etkiler; Yağlarınızın yakılmasına yardımcı olur, yoğunlaşan yağlarınızı yakmanıza yardımcı olur. Metobolizmanızı hızlandırarak sindirim sisteminizi düzene sokar. İştahınızı kesmenize yardım eder. Kilo ve kalorinizi dengeler. Bölgesel olarak size zayıflama imkanı sunar yardımcı*[*Fx15*](http://orjinalfx15.org/tag/fx15)*içeriğinde bulunan zengin bitkilerle hücreleri güçlendirmeye ve hücreleri oluşabilecek hasarlardan kurtarmaya yarar. İçeriğindeki antioksidan aynı zamanda daha genç ve dinamik görünmenizi sağlıyarak yaşlanmanızı geciktirebilir. İçeriğindeki bir diğer bitki özü olan Lotus Yaprağı vücudunuzdaki kötü toksinlerin atılmasını sağlıyarak bir anlamda sindirim sisteminizi düzenler Bilim Adamlarının uzun dönemli yaptığı araştırmalar sonucunda Lotus Yapraklarının damarları genişlettiği ve yüksek tansiyonu düşürdüğü kanıtlanmıştır. Bunun yanında kan dolaşımını hızlandırması ve kollestrolu düşürmeye yardımcı olmasıyla da bilinmektedir. Fx15 tok tutucu özelliğiyle diyetinizi doğal olarak sağlıyabilmektedir. Bunun yanında fx15 kullanırken hamur gibi kilo almanıza yardımcı gıdalardan uzak durmanızı ısrarla tavsiye ederiz. Fx15 kullanımı sonucunda vücudunuzda ciddi bir incelme ve sıkılaşma görüceksiniz. Fx15 bir ilaç değil sadece kilo verimize yardımcı olan gıda takviyesidir. Üzüm ekstrelerinden oluşan içeriğiyle midenizide tedavi edici özelliği bulunaktadır. Fx15‘i ideal kilonuza kavuşuncaya dek kullanınız. Bu minomum 60 gündür. Kişinin metobolizması ve bünyesine bağlı olarakta değişmektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**73)**

**Dosya No: 2015/1772**

**Şikayet Edilen:** **Mehmet SÖYLER**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://www.sanalpazar.com/> adresli internet sitesinde yer alan **"Mutlu Kullan At Sigara Bıraktırıcı"** isimli ürüne ilişkin reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [**www.sanalpazar.com**](http://www.sanalpazar.com) adresli internet sitesinde yer alan **“medikalblog”** isimli kullanıcı profilinin 11.11.2015 tarihli görünümünde yayınlanan tanıtımlarda;*“Aynı anda sigarayı bırakmanız için tasarlandı. İlk kullanımdan itibaren sigaraya son verin. Likit yok, şarj yok! 1 adet 600 puff kullanım için tasarlanmış kusursuz etkisiyle anında sigarayı bırakacaksınız. En iyi kalite ve düşük fiyat. Mutlu sigara bıraktırıcı, patentli ürün yüksek kalitesi ile kullandığınız anda sigarayı bırakırsınız. Yüksek kalitedeki tütüne son sigara bıraktırıcı sayesinde sizde hemen sigaradan kurtulun.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**74)**

**Dosya No: 2016/106**

**Şikayet Edilen:** **Doğal Yaşam Merkezi**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://forx5.com> ve <http://for-x5.wix.com/forx5> adresli internet sitelerinde **“For-X5”** isimli ürüne yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://for-x5.wix.com/forx5> adresli internet sitesinin 17.02.2016 tarihli görünümünde; *“3 GÜNDE 1 KİLO BİR AYDA 10 KİLO ZAYIFLAMAK ÇOK KOLAY %100 GARANTİLİ BİTKİ ÇAYI. Tamamını size özel olarak hazırladığımız bitki çayını günde sadece bir defa çay gibi yapıp içtiğinizde rejim, spor, egzersiz, diyet hiçbir şey yapmadan bir ay içerisinde 7 ile 10 kilo arasında %100 garantili bir şekilde zayıflıyorsunuz bu bitki çayının tamamı size özel olarak hazırlanıyor sebebi ise bitkilerin hiçbir zararı yok derler fakat bazı ciddi hastalıkları olanların kullanmaması gereken bazı bitkiler vardır bizde o sebepten dolayı bu zayıflama çayını sizin rahatsızlıklarınızı değerlendirip ona göre hazırlıyoruz…”* şeklinde,

ve <http://forx5.com> adresli internet sitesinin 17.02.2016 tarihli görünümünde ise; *“Forx5 bitki çayı 2008 yılında yapılan araştırmalar sonucunda sağlıklı bir vücuda kavuşmak ve formda kalmak için yapılan egzersizlere ve diyetlere destek olabilmek için geliştirilen aynı zamanda her bitki çayının da yan etkileri olabileceği göz önünde bulundurularak tamamen size özel hazırlanan bir bitki çayıdır…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**75)**

**Dosya No: 2015/355**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ematoxcoloncleans.net](http://www.ematoxcoloncleans.net) adresli internet sitesinin 04.03.2015 tarihli görünümünde; ***“Diyetlere, sporlara ve tüm yöntemlere rağmen kilo veremiyor musun? Çok yoruluyor ve isteksizlik yaşıyor musun? Sık sık yeme isteği hissediyor musun? Karın bölgesinde bir şişkinlik hissediyor musun? Sürekli gaz ve kabızlık problemi yaşıyor musun? Bu sorulardan biri ya da bir kaçına cevabın evet ise o zaman “Ematox Bağırsak Temizliği” yapmalısın. “Ematox Colon Cleansing” ile aynı gün ne kadar hafiflersin? Bağırsak temizliği öncesi ve sonrası tartılmayı sakın unutma! 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 tüm bunları önlemeye yardımcı olmak için formüle edilmiş, Amerika başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde milyonlarca insan tarafından güvenle kullanılan bir bağırsak temizliğine yardımcı bir gıdadır. Ematox ile bağırsaklarınızdaki zararlı döngüyü sona erdirir ve sürekli temiz kalmalarına yardımcı olur… 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. Şişkinlik, kabızlık ve huzursuzluk hislerinden kurtulmanız ile birlikte daha iyi uyumaya ve bu da sabahları zinde ve enerji dolu uyanmanıza yardımcı olur... Ematox 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 sindirim sistemi çalıştırıcı olarak kullanıldığı ve ağrı kesici özelliklerinden de faydalanıldığı görülmüştür. Avusturyalı araştırmacı Winkler- Payer Patricia antik Mısır dönemindeki tedavi yöntemleri konusunda yaptığı araştırmalarda bu konuları derinlemesine incelemiştir… Ayşegül Çoruhlu toksin birikmesi ile kilo alma ilişkisini anlatıyor. Birçok kez diyet yaptınız, çeşitli yöntemler denediniz ve hatta çok iyi bilinen ve etkisi klinik olarak kanıtlanmış doktor tavsiyeli zayıflama hapları kullandınız ama yine de kilo veremediniz. Neden? Çünkü tüm bunları yapmadan önce asıl yapmanız gereken iç vücut temizliğini yapmadınız. Hangi zayıflama yöntemini deniyor 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… Yıldızların vazgeçemediği yöntem. 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 ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40/1, 42/1 ve 42/2 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 **Tasfiye Halinde Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**76)**

**Dosya No: 2015/356**

**Şikayet Edilen: Cankent İnşaat Metal Orman Ürünleri Elektrik Reklam Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ematoxcoloncleans.com](http://www.ematoxcoloncleans.com), [www.ematoxtr.com](http://www.ematoxtr.com) [www.ematoxresmisatisi.com](http://www.ematoxresmisatisi.com) ve [www.ematoxturkiye.com](http://www.ematoxturkiye.com) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Ematox Colon Cleansing”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2015, 06.04.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ematoxcoloncleans.com](http://www.ematoxcoloncleans.com) , [www.ematoxtr.com](http://www.ematoxtr.com) ve [www.ematoxresmisatisi.com](http://www.ematoxresmisatisi.com) adresli internet sitelerinin 04.03.2015 tarihli görünümleri ile [www.ematoxturkiye.com](http://www.ematoxturkiye.com) adresli internet sitesinin 06.04.2015 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 ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40/1, 42/1 ve 42/2 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 **Cankent İnşaat Metal Orman Ürünleri Elektrik Reklam Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**77)**

**Dosya No: 2015/409**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.dogadanhaber.com](http://www.dogadanhaber.com) adresli internet sitesinin 05.04.2016 tarihli görünümünde; ***“Hem Guatr hastalığını sildi, hem de 30 kilo verdi! Saniye Yalçın. 10-09-2014 -Merkezimize kontrole geldi. 30 kilo verdi. Guatr hastalığını sildi. Varise bağlı şikayetleri ortadan kalktı. Enerjisi yükseldi, morali düzeldi, zindeleşti. İstanbul-Gaziosmanpaşa’dan merkezimize fazla kilo problemi, tiroid, varis, halsizlik, bitkinlik şikayetleri nedeniyle başvuran 50 yaşındaki Saniye Yalçın; bitkilerimizden 1,5 yıl kullandıktan sonra fazla kilolarını vermeye başlamış. Bacak ağrıları, bacaklarda kramp, kasılma ile halsizlik, yorgunluk, bitkinlik şikayetleri ortadan kalkan Saniye hanım adeta kendine gelmiş, morali düzelmiş, vücut direnci artmış, dinçleşmiş, zindeleşmiş. Dr. Ömer Coşkun’un formülize ettiği bitkilerle iyileşme sürecini Saniye Yalçın şu cümlelerle ifade ediyor. Doktorlar ameliyat dedi! Guatr için gittiğim doktor beni hemen ameliyata yönlendirdi. Bende dedim daha yeni, ilk geldim, başka tedavisi yok mu, olayım mı, olmayayım mı derken, kaç doktora gittiysem, ameliyat dediler Bende ameliyat olmadım. Gittiği bütün doktorlar tarafından, ameliyat olması gerektiği söylenen Saniye Yalçın, paniğe kapılır, morali bozulur, çaresizlik içinde ne yapacağını bilemez hale gelir. Kendisini içinde bulunduğu bu çıkmazdan kurtaran isim ise Dr. Ömer Coşkun’dan başkası değildir. Saniye hanım, doğal yolla sağlığına kavuşmak için son umut olarak raporlarıyla birlikte Dr. Ömer Coşkun sağlıklı yaşam merkezinin yolunu tutar. Guatr hastalığıma ait bir şey kalmadı! Dr. Ömer Coşkun’u televizyondan takip ediyordum. Ben de doğal yolla tedavi olmayı istedim. Bitki kullanmaya karar verdim. İlk olarak Panax’a başladım. İlk kan tahlili yaptırdığımda bayağı yüksek çıkan değerlerim, bitkileri kullandıkça, kullandıkça, düşmeye başladı. Geçen gün tahlil yaptırdım sıfırlanmış. Yani guatra ait bir şey kalmamış. Rahatım yani şuan çok çok da memnunum. Bütün ürünlerin faydasını gördüm! Guatr dışında fazla kilo sorunum vardı, varis sorunum vardı, halsizlik vardı bitkinlik vardı üstümde. Kullanmış olduğum ürünlerin hepsinin faydasını gördüm çok şükür Allah’a. 30 kilo verdim! Dr. Ömer Coşkun’un kontrolünde, O’nun düzenleyip önerdiği bitkilerle tam 30 kilo verdim. Doktorların verdiği ilaçlarla bir türlü kilo veremiyordum. Bu benim psikolojimi bozmuştu. Olumsuz sonuç aldıkça üzülüyordum. Bitkileri kullanmaya başladıktan sonra, kilo vermeye başladım. Tam 30 kilo verdim. Varislerimde düzelme oldu. Halsizlik, yorgunluk, bitkinlik şikayetlerim ortadan kalktı, hafifledim, kendime geldim, direncim arttı, dinçleştim, zindeleştim. (…) Goji Berry: …Goji Berry faydaları (…) DNA koruması sayesinde ömrünüzü uzatır ve genç kalmanızı sağlar. İçeriğindeki vitamin ve mineraller sayesinde Enerji verir, yorgunluğunuzu giderir. (…) Cinsel iktidarsızlık ve büyüme hormonlarına iyi gelir. (…) Bu madde zararlı mantar ve bakterilere karşı bağışıklık sistemini güçlendirir. (…) Beta Sitosterol içerir. Bu madde kandaki kolestrolü düşürür. (…) Cinsel iktidarsızlık ve büyüme hormonlarına iyi gelir. Solavetivone içerir. Bu madde zararlı mantar ve bakterilere karşı bağışıklık sistemini güçlendirir. (…) Löseminin bütün büyük tiplerine karşı aktif olan doğal bir bileşiktir. Tümörlere karşı doğal katil hücre (T cell) faaliyetini arttırdığı görülmüştür. Kanser ilacıdır.(…) Kişniş Yağı: Mükemmel afrodizyak, Mide sindirim, Beyin, sinir, Hafıza, Eklem, Romatizma(…) My Slimmer: İncelmeniz çok doğal (…)Hasta Adı: Zarif Torun (…) Zarif Torun bizi arayarak kilosundan şikayetçi olduğunu, kendisini şişman hissettiğini, fazla kilolarını vermek istediğini belirmişti. My Slimmer setimizi önerdik. İki ay boyunca My Slimmer setimizi kullandı ve 83 kilodan 78 kiloya düştüğünü, ürünlerimizden memnun olduğunu, My Slimmer setimizi kullanmaya devam edeceğini ifade ediyor.(…)”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden 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,* ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 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 **Bioter Kozmetik ve Tarım Ürünleri Sanayi Ticaret A.Ş.** 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 cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**78)**

**Dosya No: 2015/669**

**Şikayet Edilen: K Market Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ematoxturkiye.net](http://www.ematoxturkiye.net)adresli internet sitesinde ***“Ematox Colon Cleansing*”** isimli ürüne yönelik olarak yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.05.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.ematoxturkiye.net](http://www.ematoxturkiye.net) adresli internet sitesinin 08.05.2015 tarihli görünümünde; ***“Diyetlere, sporlara ve tüm yöntemlere rağmen kilo veremiyor musun? Çok yoruluyor ve isteksizlik yaşıyor musun? Karın bölgesinde şişkinlik hissediyor musun? Sık sık yemek yeme isteği hissediyor musun? Sürekli gaz ve kabızlık problemi yaşıyor musun? Bu sorulardan biri ya da bir kaçına cevabın evet ise o zaman Ematox Bağırsak Temizliği tam sana göre! Şimdi memnuniyet ve iade garantisi ile birlikte. Memnun kalmazsanız paranız iade. Başta Ahmet Maranki olmak üzere tüm uzmanların hem fikir olduğu en önemli nokta insanların daha sağlıklı, uzun ömürlü ve çok daha mutlu bir yaşam sürmeleri için düzenli olarak bağırsak temizliği yapmalarını önermektedir. Toksin maddeler yani vücudumuzda olmaması gereken kirli atıklar ne yazık ki zamanla vücudumuzda birikir ve birçok rahatsızlık yaşamamıza neden olur. Sık sık grip hastalığına yakalanmamızın nedeni bile çoğu zaman vücudumuzda bulunan toksin ve zehirli maddelerdir. Bu maddelerin en yoğun bulunduğu nokta bağırsaklarımızdır. Bağırsaklarımızda 15 kiloya kadar toksin madde birikebilmektedir. Bağırsaklarımız doğası gereği yediğimiz yiyeceklerin ve içtiğimiz içeceklerin faydalı olan içeriğini yani protein ve vitamin gibi içeriklerini emer ve tüm vücudun kullanması için farklı organlarımıza dağıtır. Tabi geriye kalan toksin kısmı da anüs vasıtasıyla dışarı atar. Ancak zamanla yaşadığımız kabızlık ve şişkinlik sorunları nedeni ile bu zararlı maddelerin bir kısmı her zaman bağırsaklarımız da kalmaya devam eder. Bağırsaklarda aylarca hatta yıllarca kalan toksin madde zamanla faydalı besinlerin emildiği noktalardan vücudumuza sızmaya başlar ve ilk etapta en hafif belirtiler olan yorgunluk, huzursuzluk gibi sorunlara neden olur. Ancak bu tip sorunların yanında başta kalp rahatsızlıkları olmak üzere kilo verememe ve sürekli yeme hissi gibi zamanla kalp, tansiyon ve şeker hastalığı gibi sorunlara da neden olur. Ayrıca bağırsaklara yerleşmiş olan tenyalar ve çengelli solucanlar, gerekli temizlik işlemi yapılmadığı sürece yediğimiz besinlerden yeterince enerji almamanıza, kabızlığa ve sürekli yeme hissine neden olur. Ematox tüm bunları önlemeye yardımcı olmak için formüle edilmiş, Amerika başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde milyonlarca insan tarafından güvenle kullanılan bir bağırsak temizliği ne yardımcı bir gıdadır. Ematox ile bağırsaklarınızdaki zararlı döngüyü sona erdirir ve sürekli temiz kalmalarına yardımcı olur. Bu çoğunlukla daha mutlu, daha sağlıklı ve daha hafif hissetmenizi sağlamaya yardımcı olur. Bunlara ek olarak vücut daha iyi besinleri emmeye başlayacağı için iştahınız azalır, metabolizmanız daha optimize çalışacağı içinde vücudunuzda birikmiş yağlar yakılarak azalacaktır. 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… Sindirim sisteminizde ve bağırsaklarınızda biriken toksinler, tenya, bağırsak solucanı ve benzeri parazitlerden Ematox Colon Cleansing’in Başlangıç Kürü ile Kolay Bağırsak Temizliği yaparak ilk seferde gözle görülür biçimde hafiflediğinizi hisseceksiniz. Ayrıca Ematox Colon Cleansing?in Devam Kürü ile de belirli periyotlar ile devam edip, vücudunuzdan attığınız fazlalıkların, tekrardan vücudunuza yerleşmesine engel olmaya yardımcı olabilirsiniz! Toksin Maddeler: Yıllarca içinizde biriken toksin maddeleri bir düşünün. Sağlıklı bir bağırsak bunlardan arınmış ve tekrar yerleşmemesi için gerekli önlemler alınmış bir bağırsakdır. Sağlıklı Sindirim: Yediklerimizin sağlıklı sindirilmesi ile fiziksel ve ruhsal açıdan iyi hissederiz. Nasıl vücut temizliğimiz için düzenli duş alıyorsak, bu sağlıklı döngünün de düzgün işlemesine yardımcı olmak için Ematox Colon Cleansing ile düzenli olarak sindirim sistemi (bağırsak) temizliğimizi yapmalıyız. Sadece kalın bağırsağınızın kilolarca toksin madde barındırdığını biliyor muydunuz? Çeşitli nedenlerle vücuttan atılamayan besinler çok kısa sürede bağırsakta toksin hale geliyor ve sağlığımızı tehdit ediyor. İnsanların büyük çoğunluğu hayatlarının bir döneminde mutlaka parazit problemi yaşarlar. Ancak çoğumuz hiç başımıza gelmeyeceğini düşünüyor ve parazitin sadece diğer insanlara bulaşabileceğine inanıyoruz. Oysa parazit enfeksiyonlarını her an her yerde kapmamız mümkün. Bunun için bir musluğa dokunmamız veya çok sevdiğiniz yeşillikleri afiyetle yememiz yeterlidir. Saatlerce yıkamak da bu riski azaltmaz. Parazitler, hayatın bir gerçeğidir ve nasıl evimizde zararlı haşereleri barındırmıyorsak, parazitleri de vücudumuzda barındırmamalıyız. Bunun için Ematox Colon Cleansing çok etkili bir yöntemdir. Parazitler genelde bağırsak duvarlarındaki minik oyuklarda yuvalanırlar. Bu ortam toksin ve atık maddeleri seven parazitler için mükemmel bir yaşam kalitesi sağlar ve kısa zamanda çok sayıda ürerler. Çoğu zaman eve ayakkabıları ile giren çocuklarımıza kızarken, vücudumuzda yaşayan bu yaratıklara yaşamaları için gereken ortamı sağlamak gerçektende çok trajikomik bir ironidir. Birçok doğal yaşam uzmanının bu konuya bu konuya dikkat çekmesi gerçekten kayda değerdir. Uzmanların sık sık tekrarladığı gibi nasıl elimizi yüzümüzü yıkayıp temizliyorsak bağırsaklarımızı da düzenli şekilde temizlemeliyiz. Böylece daha sağlıklı ve mutlu bir yaşam sürebiliriz.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40/1, 42/1 ve 42/2 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 **K Market Elektronik Ticaret ve Bilişim Hizmetleri 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: 2015/678**

**Şikayet Edilen: Tasfiye Halinde Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam Sanayi Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.fatblockturkiye.com](http://www.fatblockturkiye.com) ve [www.fatblock.co](http://www.fatblock.co) adresli internet sitelerinde yer alan ***“Fat Block”***isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fatblockturkiye.com](http://www.fatblockturkiye.com) ve [www.fatblock.co](http://www.fatblock.co) adresli internet sitelerinin 07.04.2015 tarihli görünümlerinde; ***“Sağlık Bakanlığı’na kayıtlı Fat-Block ile aç kalmadan kilo verin. Fazla kiloları vermeye yardımcı Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın! Yağları kendine çeken formül. Prospektüsü olan zayıflama ürünü… Bitkisel gıda takviyesi değil… Dr. Aytuğ Kolankaya’dan dinleyin… Fat-Block içeriğindeki patentli Captoglicolipid sayesinde yemeklerle birlikte aldığınız yağların %40’a kadar olanını tutar ve bağırsaklar yolu ile atılmasına yardımcı olur… Fat-Block Sağlık Bakanlığı izni ile satışa sunulmuş zayıflama ürünüdür. Gıdalarla alınan yağların emilmeden %40’a kadarının atılmasına yardımcı olur… Bu sayede vücudunuz ilk başta bölgesel olarak fazla yağları yakmasına destek olur. Fat-Block kullanıldığı süre boyunca ideal kilonuzu korumanıza destek olur… Ayrıca Captoglicolipid’ in bu yağ emici ve yakıcı özelliği sitrik asit veya askorbik asit (Vitamin C) gibi asitler ile arttırılabilir… 7,1 kg- Fulya/İstanbul, 5,7 kg- Selma /Edirne… 13,4 kg- Sevil/İstanbul… Captoglicolipid içerikli Fat-Block Klass IIa bir tıbbi cihazdır. Özel bir oranda chitosan ve asorbik içeren Fat-Block iki katmanlı yapısıyla maksimum etki sağlar.”***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 ispatlanamadığı, 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, 5/e, 5/g ve 5/i maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5-b-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, 11/a, 16/3 ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Majör Kozmetik Ürünleri İlaç Reklam Sanayi Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**80)**

**Dosya No: 2015/679**

**Şikayet Edilen: Cankent İnşaat Metal Orman Ürünleri Elektrik Reklam Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.fatblockresmisite.com](http://www.fatblockresmisite.com) ve [www.fatblockturkiyesiparis.com](http://www.fatblockturkiyesiparis.com) adresli internet sitelerinin 07.04.2015 tarihli görünümlerinde; ***“Sağlık Bakanlığı’na kayıtlı Fat-Block ile aç kalmadan kilo verin. Fazla kiloları vermeye yardımcı Captoglicolipid içeren tek formül Fat-Block ile yediklerinizin tadını çıkarın! Yağları kendine çeken formül, Özel bir diyete gerek yoktur, Prospektüsü olan zayıflama ürünü, Sağlık Bakanlığı’na kayıtlı… Bitkisel gıda takviyesi değil… Dr. Aytuğ Kolankaya’dan dinleyin… Fat-Block içeriğindeki patentli Captoglicolipid sayesinde yemeklerle birlikte aldığınız yağların %40’a kadar olanını tutar ve bağırsaklar yolu ile atılmasına yardımcı olur… Fat- Block Sağlık Bakanlığı izni ile satışa sunulmuş zayıflama ürünüdür. Gıdalarla alınan yağların emilmeden %40’a kadarının atılmasına yardımcı olur… Bu sayede vücudunuz ilk başta bölgesel olarak fazla yağları yakmasına destek olur. Fat-Block kullanıldığı süre boyunca ideal kilonuzu korumanıza destek olur… Ayrıca Captoglicolipid’in bu yağ emici ve yakıcı özelliği sitrik asit veya askorbik asit (Vitamin C) gibi asitler ile arttırılabilir… Fat-Block Captoglicolipid isimli özel bir etkin madde karışımı içeren Klas IIa bir tıbbi cihazdır… Duble formu ile hem yağ tutucu hem de fiber özelliği kişilerin kilo verme sürecini kolaylaştırmaya yardımcıdır.”*** 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 24/3 maddesi,

- 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 **Cankent İnşaat Metal Orman Ürünleri Elektrik Reklam Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**81)**

**Dosya No: 2016/693**

**Şikayet Edilen:** **My Tea- Zeynep KORKMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.mytea.com.tr](http://www.mytea.com.tr) adresli internet sitesi ile [www.facebook.com/myteazeynep](http://www.facebook.com/myteazeynep) adresli internet sayfasında yer alan ***“My Tea”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.mytea.com.tr](http://www.mytea.com.tr) adresli internet sitesinin 29.04.2016 tarihli görünümünde ; ***“2012 yılında kendi fazla kilolarımdan kurtulmak için uzun süre araştırmalar yapmak zorunda kaldım. Tavsiye edilen birçok bitkisel çay, diyet, ilaç kullanımlarım maalesef hiç sonuç vermedi. Son olarak bulmuş olduğum bu mucize çayı (MYTEA) kullanmaya başladım ve yine kilo vermemi destekleyecek sizlere önermiş olduğum diyet listesini uygulamaya başladım. Sonuç olarak 1,5 ayda 1 kavanoz ile 20 kilo verdim.(…) My Tea Kuşburnu Zayıflama Çayı… Etkiler: İştah Kapatır, Yağ Yakar, Metabolizmayı Hızlandırır, Bağırsakları Çalıştırır, Enerji Verir, Vücudu Sıkılaştırır, Hücre Yeniler. (…)My Tea Kivi Zayıflama Çayı Etkiler: İştah Kapatır, Yağ Yakar, Metabolizmayı Hızlandırır, Bağırsakları Çalıştırır, Enerji Verir, Vücudu Sıkılaştırır, Hücre Yeniler. (…)Müşteri Yorumları: Pınar Hanım bugün tam bir ay oldu 8 kilo gitmiş teşekkür ederim (…) 1 kavanozla tam 11 kilo erdim 2. Kavanozu sipariş etmek istiyorum (…)”*** ifadelerine yer verilirken,

[www.facebook.com/myteazeynep](http://www.facebook.com/myteazeynep) adresli internet sayfasının 29.04.2016 tarihli görünümünde; ***“Bir ZEYNEP KORKMAZ eseri 1.5 kavanozla - 14 kilo tebrikler (…)Bir ZEYNEP KORKMAZ eseri daha 2 kavanozla -25 kilo tebrikler (…)Bir ZEYNEP KORKMAZ eseri daha -55 kilo tebrikler zeyno hanım (…)”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitelerinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, inceleme konusu [www.mytea.com.tr](http://www.mytea.com.tr) adresli internet sitesinde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı logosuna yer verilerek söz konusu ürünün tüm etkileri ve sonuçları ile Bakanlık tarafından onaylandığı algısı oluşturularak satışının yapıldığı, dolayısıyla tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı mahiyetteki söz konusu tanıtımların,

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

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

- 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, 11/1-a ve 26 ncı maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**82)**

**Dosya No: 2016/694**

**Şikayet Edilen: Lokman Grup- Tarık DEMİRA**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.lokmanavm.com](http://www.lokmanavm.com) adresli internet sitesinin 23.05.2016 tarihli görünümünde;

**“Ağrılar, Ateş, Tüm Vücut”**başlığı altında; ***“Ateşlenme, Antipiretik Üşüme Hipotermi, Baş Kulak Göz Diş Boğaz Bademcik, Boyun Omuz Kol Sırt Bel Ağrıları, Nöropatik Ağrı ve Nevraljiler, Kanser Ağrıları, Romatizma Ayak Kol Bacak Ağrıları, Göğüs Kalp Akciğer Ağrıları, Karın Alt Karın Cinsel Organ Ağrıları”,***

**“Akciğer Hastalıkları”**başlığı altında*;* ***“Astım Bronşit, Nefes Darlığı Solunum Yetmezliği, Akciğer İltihaplanması Ağrı, Akciğerlerde Duman Leke, Soğuk algınlığı Grip Nezle Öksürük, Akciğer Kanseri, Balgam Söktürücü Akciğer Temizleyici, Nefes Kokusu Ağız Kokusu, Akciğer Embolisi (Damar Tıkanık) Ağrısı, Verem Tüberküloz Zatürre (Pnömoni), Alerjik Astım Bronşit, Bebek Çocuk Astım Bronşit Öksürük”,***

**“Alerjik Hast. & Çölyak”** başlığı altında; ***“Ağır Metal Zehirlenmesi, Alerji Genital Bölge, Alerjik Astım Bronşit Bronşiyal, Alerjik Burun İçi İltihabı, Alerjik Dermatit (Egzema Deri Hastalıkları), Alerjik Hıçkırık, Alerjik Kaşıntı, Kızarıklık Alerjik Kusma Bulantı, Anafilaksi (Allerjik Şok)Arı Böcek Haşere Sokma Alerjisi, Çölyak Hastalığı, Polen Tozu ve Gıda Alerjisi, Göz Alerjisi (Allerjik Konjunktivit), Kan ve İlaç Alerjileri, Temizlik Ürünler, Saman Nezlesi (Alerjik Rinit)”,***

**“Bağımlılık Sigara Alkol”** başlığı altında; ***“Sigara Bırakmak İçin Destek Ürünler, Alkol Bırakmak İçin Destek Ürünler, Uyuşturucu Bırakmak İçin Destek Ürünler, Nikotin vb. Temizleyici Destek Ürünler”,***

**“Bağışıklık Sistemi Güç”** başlığı altında; ***“Antitoksin Antiseptik Antibiyotik (…)”,***

**“Basur Hemoroid”** başlığı altında; ***“Basur Hemoroid, MemeliBasur, Hemoroid Memeli + Kabızlık, Basur Hemoroid Meme Kanama Kaşıntı, (…) Hemoroid Makat Kanseri, Anal Fistül Perinal Abse İltihabi Şişlik, Anal Fistül Perinal Abse Şişlik+KabızAnal Fissür, Makatta Çatlak Yara Kanama, Anal Fissür Çatlak Yara Kanama + KabızMakatta, Anal Kaşıntı Pururitis Ani”,***

**“Beyin Hastalıkları”** başlığı altında; ***“Alzheimer Hastalığı, Als (Amiyotrofik Lateral Skleroz), Parkinson Hastalığı, Felç İnme (İskemik & Hemorajik), Beyin Tutukluğu Bunama Demans, Epilepsi Sara Hastalığı, Huzursuz Bacak Sendromu, Menenjit (Meningitis Leptomeningitis)Beyin Damar Sertliği, Beyin Damar Tıkanıklığı, El Ayak Titremesi, Unutkanlık Zihin Açıcılar Zeka, Nevralji Yarım Baş Ağrısı Spazm, Sinir Zedelenmeleri, Vertigo Baş Dönmesi, MS Hastalığı Multiple Skleroz, Kas Zayıflığı Güçsüz Miyopati, Myasthenia G.Sinüzit İltihabı Baş Ağrısı, Migren Baş Ağrısı”,***

**“Bitkisel Destek Setler”** başlığı altında; ***“Akciğer Hastalıkları Setler, Göz Hastalıkları Bakımı Setler, Karaciğer Hastalıkları Setler, Kanser Destek Setler, Cilt Deri Destek Setler, Göğüs Kalp Damar Destek Setler, Sindirim Sistemi Destek Setler, Cinsel Sağlık Setler, Zayıflama Diyet Setler, Beyin Hastalıkları Setler, Böbrek İdrar Yolları Hastalıkları Setler, Stres Depresyon Uykusuzluk Setler, (…) Hemoroid Destek Setler”,***

(…)

**“Kanser”** başlığı altında; ***“Ağız Yemek Borusu Kanseri, Akciğer Kanseri, Bağırsak Rektum Kolon Makat Kanseri, Beyin Kanseri Ur Kist Tümörleri, Böbrek ve Mesane Kanseri, Cilt Deri Kanseri, Gırtlak Boğaz Kanseri, Göğüs Meme Kanseri, Karaciğer Kanseri, Kemik Kanseri, Lenf Kanseri, Lösemi Kan Kanserleri, Mide ve Sindirim Sistemi Kanseri, Pankreas Kanseri, Prostat Kanseri, Rahim Yumurtalık Kanseri, Kulak Ur Kist Tümörler Kanser, Tüm Vücut Kanserleri Ur Kist Tümör, Kanserden Korunma Destek Ürünleri”,***

(…)

**“Sedef Egzema Cilt Yara”** başlığı altında; ***“Sedef Hastalığı, Egzema Hastalığı, Ürtiker Kurdeşen Dabaz Anjioödem, Behçet Bs Damar İltihabı, İpek Yolu Hast., Liken Planus LP Cilt Deri Hastalık, Gül Madalyon Hastalığı Pityriasis Rosea, Aşırı Terleme Hiperhidrozis, Cilt Deri Kanserleri, Vitiligo Hastalığı, Zona Hastalığı, Uyuz Hastalığı, İyileşmeyen Yara Çatlak Yarıklar, Yanık Kesik Ameliyat İzi Yok Edici, Mantar Kızarık Kaşıntı Yaralar, Uçuk Herpes Simpleks, SiğillerAkne, Sivilce, Şark Çıbanı”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı, tıp literatüründe hastalık olarak tanımlanan ve hekim kontrolünde tedavi edilmesi gereken bazı sağlık sorunlarının anılan ürünler ile **tedavi edildiği veya tedavisine yardımcı olunduğu** izlenimi oluşturularak tüketicilerin yanıltıldığı,

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

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

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

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

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu 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 **Lokman Grup- Tarık DEMİRA** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TÜTÜN VE ALKOL**

**83)**

**Dosya No: 2016/680**

**Şikayet Edilen:** **Efes Pazarlama ve Dağıtım Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Bomonti Sosyal Tesisleri”* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli sosyal mecra platformunda yayınlanan “Bomonti Sosyal Tesisleri” isimli alkol reklam filminde “Bomonti” markalı alkollü içeceğin 5 dakika 13 saniye boyunca tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresli sosyal mecra platformunda yayınlanan “Bomonti Sosyal Tesisleri” isimli alkol reklam filminde “Bomonti” markalı alkollü içeceğin 5 dakika 13 saniye boyunca tanıtımının yapıldığı, söz konusu bu durumun her halükarda (tüketicilere veya şirket içi çalışanlara yönelik olup olmadığına bakılmaksızın) yasak olmasından dolayı ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, her ne kadar anılan tanıtımların şirket çalışanları için hazırlandığı iddia edilse de söz konusu tanıtımların bahsi geçen sosyal mecrada aylardır ve halen yayınlanıyor olması hususunun anılan tanıtımların tüketicilere **duyurulmamasına** yönelik gerekli önlemlerin alınmadığı yönünde bir kanaat oluşturduğu,

Diğer taraftan, TAPDK tarafından başlatılan incelemeden haberdar olunması ve buna rağmen söz konusu reklam filminin yayınlandığı mecralardan kaldırılmasına ilişkin olarak şirket tarafından her hangi bir hukuki önleme girişimi olduğuna dair ispatın Bakanlığımıza sunulmamış olması sebebiyle anılan aykırılığın sürdürülmesine göz yumulduğu,

Bir diğer taraftan ise tanıtım filmi içeriği incelendiğinde genel ahlaka aykırı görüntüler içerdiği,

değerlendirilmiş olup; tüm bu durumların,

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 20 nci maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Efes Pazarlama ve Dağıtım Tic. A.Ş.** unvanlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127 TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**TURİZM**

**84)**

**Dosya No: 2015/1040**

**Şikayet Edilen: MÇS Seyahat Gıda Tur. İth. İhr. San. Tic. Ltd. Şti. (MÇS Oasis Beach Club Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu tesise ilişkin olarak [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.11.2015

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, “*MÇS Oasis Beach Club Hotel”* adlı tesise yönelik olarak anılan internet sitelerinde “4 Yıldızlı Otel” şeklinde tanıtım yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “*MÇS Oasis Beach Club Hotel”* isimli tesisin, Kültür ve Turizm Bakanlığınca verilen Turizm İşletmesi Belgesi’ne sahip olmamasına karşın, [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.heryerdentatil.com](http://www.heryerdentatil.com) adresli internet sitelerinde, *“4 Yıldızlı Otel”*  olarak tanıtımının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**85)**

**Dosya No: 2016/282**

**Şikayet Edilen: Özel Dora Otelcilik Turizm İnş. San. ve Tic. A.Ş. (Marrion Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Marrion Hotel”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak [www.twitter.com](http://www.tripadvisor.com.tr) ve [www.linkedin.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.01.2016, 27.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Özel Dora Otelcilik Turizm İnş. San. ve Tic. A.Ş.’ye ait ***“Marrion Hotel”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [[www.twitter.com](http://www.tripadvisor.com.tr)](http://www.hayitlimerada.net) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“*\*\*\*\*\**” (beş yıldız)*** ibaresine ve ***“İş dünyasının nabzını elinde tutan, İnegöl’ün ilk ve tek beş yıldızlı oteli”***ifadesine; [www.linkedin.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitesinde ise, ***“2015 yılının Ağustos ayında açılmış olan MARRION HOTEL, Bursa’nın İnegöl kazasının Yeniceköy bölgesinde 120 odalı, Beş Yıldızlı Otel olma özelliğini taşımaktadır. 2015 yılında açılarak, bölgenin konaklama pazarında önemli bir rol alan bölgenin ilk ve tek beş yıldızlı oteli olacaktır. Açılışı itibariyle daha ilk yılında hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti ile de marka bilinirliğini ve güvenilirliğini olumlu ölçüde arttırmayı hedefleyen MARRION HOTEL; münferit ve incentive gruplar bazında ise bölgenin en büyük kapasitesine ve ilk beş yıldızlı oteli olması avantajı ile potansiyelli gruplara ve iş dünyasının konaklamalarına yönelecektir.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Özel Dora Otelcilik Turizm İnş. San. ve Tic. A.Ş.’yeait ***“Marrion Hotel”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“4 Yıldızlı Otel Turizm Yatırımı Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, [[www.twitter.com](http://www.tripadvisor.com.tr)](http://www.hayitlimerada.net) adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“*\*\*\*\*\**” (beş yıldız)*** ibaresine ve ***“İş dünyasının nabzını elinde tutan, İnegöl’ün ilk ve tek beş yıldızlı oteli”***ifadesine; [www.linkedin.com](http://www.neredekal.com) adresli internet sitesinde ise, ***“2015 yılının Ağustos ayında açılmış olan MARRION HOTEL, Bursa’nın İnegöl kazasının Yeniceköy bölgesinde 120 odalı, Beş Yıldızlı Otel olma özelliğini taşımaktadır. 2015 yılında açılarak, bölgenin konaklama pazarında önemli bir rol alan bölgenin ilk ve tek beş yıldızlı oteli olacaktır. Açılışı itibariyle daha ilk yılında hizmet kalitesi ve misafir memnuniyeti ile de marka bilinirliğini ve güvenilirliğini olumlu ölçüde arttırmayı hedefleyen MARRION HOTEL; münferit ve incentive gruplar bazında ise bölgenin en büyük kapasitesine ve ilk beş yıldızlı oteli olması avantajı ile potansiyelli gruplara ve iş dünyasının konaklamalarına yönelecektir.”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle ***“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 **Özel Dora Otelcilik Turizm İnş. 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.

**86)**

**Dosya No: 2016/459**

**Şikayet Edilen: Erzincan Turizm Otelcilik ve Ticaret A.Ş. (Büyük Erzincan Oteli)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Büyük Erzincan Oteli”*** isimli turizm işletmesinin tanıtımına yönelik olarak www.buyukerzincanoteli.com.tr, www.booking.com, www.otelz.com, www.tatilsepeti.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Erzincan Turizm Otelcilik ve Ticaret A.Ş.’ye ait ***“Büyük Erzincan Oteli”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.buyukerzincanoteli.com.tr, www.booking.com, www.otelz.com, www.tatilsepeti.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Erzincan Turizm Otelcilik ve Ticaret A.Ş.’yeait ***“Büyük Erzincan Oteli”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.buyukerzincanoteli.com.tr, www.booking.com, www.otelz.com, www.tatilsepeti.com ve www.trivago.com.tr adresli internet sitelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**87)**

**Dosya No: 2016/460**

**Şikayet Edilen: Salkan Tur. İnş. Petrol Ürünleri Sağ. Hiz. Hay. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti. (Sarıkamış Kar Otel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Sarıkamış Kar Otel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.sarikamiskarotel.com, www.heryerdentatil.com ve www.tatilbudur.com adresli internet siteleri ile tesise ait broşür ve kartvizitlerde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2016, 08.03.2016, 14.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür, kartvizit

**Tespitler:** Salkan Tur. İnş. Petrol Ürünleri Sağ. Hiz. Hay. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.’ye ait ***“Sarıkamış Kar Otel”***isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı turizm belgesi sahibi olmamasına karşın, www.sarikamiskarotel.com, www.heryerdentatil.com ve www.tatilbudur.com adresli internet siteleri ile tesise ait broşür ve kartvizitlerde ***“3 Yıldızlı Otel”*** olarak tanıtımının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Salkan Tur. İnş. Petrol Ürünleri Sağ. Hiz. Hay. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.’yeait ***“Sarıkamış Kar Otel”***isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı turizm belgesi sahibi olmamasına karşın, www.sarikamiskarotel.com, www.heryerdentatil.com ve www.tatilbudur.com adresli internet siteleri ile tesise ait broşür ve kartvizitlerde ***“3 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 **Salkan Tur. İnş. Petrol Ürünleri Sağ. Hiz. Hay. İth. İhr. 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.

**88)**

**Dosya No: 2016/639**

**Şikayet Edilen: Emin SARIKAYA-Emin Emlak Ajansı (Grand Surmely Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Grand Surmely Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.grandsurmelyhotel.com ve www.booking.com adresli internet siteleri ile tesise ait tabelada yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Emin SARIKAYA’ya ait ***“Grand Surmely Hotel”***isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı turizm belgesi sahibi olmamasına karşın, tesise ait tabelada ***“*\*\*\*\*\**” (beş yıldız)*** ibaresine; www.grandsurmelyhotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“Konforlu odalarımız ve leziz yeme içme alanlarımızda birinci sınıf konaklamanın tadını çıkartın...”*** ifadelerine; www.booking.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise söz konusu beş yıldızlı tabela görseline yer verilmek suretiyle ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Emin SARIKAYA’yaait ***“Grand Surmely Hotel”***isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan onaylı turizm belgesi sahibi olmamasına karşın, tesise ait tabelada ***“*\*\*\*\*\**” (beş yıldız)*** ibaresine; www.grandsurmelyhotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“Konforlu odalarımız ve leziz yeme içme alanlarımızda birinci sınıf konaklamanın tadını çıkartın...”*** ifadelerine; www.booking.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise söz konusu beş yıldızlı tabela görseline yer verilmek suretiyle ***“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 **Emin SARIKAYA-Emin Emlak Ajansı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**89)**

**Dosya No: 2016/672**

**Şikayet Edilen: Cihan Grup Yat. Gayr. Taş. İnş. Pet. ve Pet. Ür. Ak. Dem. Çelik Köm. ve Hurda San. Tic. A.Ş. (Miba Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Miba Hotel”*** isimli tesisin tanıtımına yönelik olarak www.mibahotel.com, plus.google.com ve www.youtube.com adresli internet siteleri ile tesise ait broşürlerde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.03.2016, 26.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür

**Tespitler:** Cihan Grup Yat. Gayr. Taş. İnş. Pet. ve Pet. Ür. Ak. Dem. Çelik Köm. ve Hurda San. Tic. A.Ş.’ye ait ***“Miba Hotel”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.mibahotel.com, plus.google.com ve www.youtube.com adresli internet siteleri ile tesise ait broşürlerde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Cihan Grup Yat. Gayr. Taş. İnş. Pet. ve Pet. Ür. Ak. Dem. Çelik Köm. ve Hurda San. Tic. A.Ş.’yeait ***“Miba Hotel”***isimli turizm işletmesinin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ***“3 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi”*** ile belgelendirilmiş olmasına karşın, www.mibahotel.com, plus.google.com ve www.youtube.com adresli internet siteleri ile tesise ait broşürlerde ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Cihan Grup Yat. Gayr. Taş. İnş. Pet. ve Pet. Ür. Ak. Dem. Çelik Köm. ve Hurda San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DİĞER**

**90)**

**Dosya No: 2016/1095**

**Şikayet Edilen:** **Kıyan Grup Tekstil İnşaat Yapı Malzemeleri ve Danışmanlık Hizm. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 31.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *“Outlet ürünlerinde %70’e varan dev indirim! Faturalı Garantili Orijinal. Bay Bayan Set Sadece 179TL. Ücretsiz Kargo”* ifadelerine yer verildiği, ürün özelliklerinde 2 yıl garanti, kronometre, takvim gibi özelliklerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.guessfirsati.com](file:///\\Ankticfs1\reklam\GEREKÇELİ%20KARAR\252\252%20RK%20Gerekçeli%20Karar%20Çıktı%20Alınacak\www.guessfirsati.com) adresli internet sitesinde, *"Outlet ürünlerinde %70'e varan dev indirim! Faturalı Garantili Orijinal. Bay Bayan Set Sadece 179 TL Ücretsiz Kargo"*  şeklinde tanıtım yapılmasına ve ürünlerde 2 yıl garanti, kronometre ve takvim olduğu belirtilmesine rağmen ürünlerde bu özelliklerin bulunmadığı, sitede yer alan renkler ile gönderilen ürünün renginin aynı olmadığı, fatura ve garanti belgesi gönderilmediği, ürünün orijinal olmadığı, ayrıca ürün tüketici tarafından iade edilmek istendiği halde herhangi bir telefon bilgisi olmadığı için iletişime geçilemediği, dolayısıyla söz konusu tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu ve ürünü iade etmek istemesine rağmen tüketicinin mağdur edildiği,

Bu durumun,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **Kıyan Grup Tekstil İnşaat Yapı Malzemeleri ve Danışmanlık Hizm. İç ve Dış Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127.-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**91)**

**Dosya No: 2016/1370**

**Şikâyet Edilen: Fırsat Bu Fırsat İnternet Hizmetleri Rek. Tur. Org. Paz. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.firsatbufirsat.com](http://www.firsatbufirsat.com) adresli internet sitesinde “*Taşlıhan Butik Otel Restaurant Kahvaltı*” başlıklı fırsata ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.06.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *" Beykoz Taşlıhan Butik Otel&Restaurant'ta Boğaz Manzaralı Brunch keyfi 25.90TL. Taşlıhan Butik Otelin lezzetli kahvaltısının keyfini çıkarın. Mavi ile yeşilin tarihi yapıda buluştuğu mekanda kendinizi bir kasabada misafir ediliyormuş gibi hissedeceğiniz, samimi, doğal, geleneksel tarzı mütevazilik ile gösterişi bir arada hissettiriyor.2000den bu zamana hizmet veren Taşlıhan Restaurant açık ve kapalı ortamda 400 kişiye hizmet verebilecek hacimde. Yaz ve kış açık. Yazın doğanın tadını çıkarabileceğiniz en sıcak yaz günlerinde bile akşamları sizi hafifçe ürperten esintisi ce açık ufkuyla bahçesinde, kışın şöminelerin ısıttığı salonunda Ege mutfağının lezzetlerini tadıyorsunuz. Taşlıhan Restaurant'ta farklı bir atmosferde boğaza nazır şahane bir yemeğe ne dersiniz?*" şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, şikayete konu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**92)**

**Dosya No: 2016/1371**

**Şikayet Edilen:** **Işıldak İnşaat Taahhüt ve Ticaret A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.03.2016 - 02.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde tanıtımı yapılan *“Isıcamlı Tiara*” marka cam balkon için verilen ürün fiyatının vergi dahil satış fiyatı olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.albertgenau.com](http://www.albertgenau.com) adresli internet sitesinde; "*Isıcamlı Tiara 275 TL'den başlayan metrekare fiyatları ile. 275 TL fiyatına KDV dahil değildir*. " şeklinde yapılan tanıtımlarda ürün fiyatının vergi dahil satış fiyatı olmadığı, böylece tanıtımların yanıltıcı ve mevzuata aykırı olduğu,

Bu durumun,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 13 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Işıldak İnşaat Taahhüt ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**93)**

**Dosya No: 2016/1745**

**Şikayet Edilen:** **Sur Yapı Endüstri San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Sur Yapı’dan Büyük Milletimize Büyük Kampanya” başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.08.2016 - 28.08.2016 (Televizyon Reklamları), 06.08.2016 - 04.09.2016 (Gazete Reklamları)

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, gazete

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamları ve gazete ilanlarında; T.C. Ekonomi Bakanlığı logosuna benzer bir görsele *(Türkiye’nin Geleceğine Güveniyoruz. Sur Yapı)* yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *"Sur Yapı'dan Büyük Milletimize Büyük Kampanya"*  başlıklı televizyon reklamlarında ve gazete ilanlarında yer alan kampanyaya yönelik tanıtımlarda; T.C. Ekonomi Bakanlığının logosuna benzer bir görsele (Türkiye'nin Geleceğine Güveniyoruz. Sur Yapı.) yer verilerek ortalama tüketici nezdinde, firmaya T.C. Ekonomi Bakanlığı tarafından destek verildiği yönünde bir algı oluşturulduğu ve böylece itibardan haksız yararlanıldığı,

Bu durumun,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 11 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**94)**

**Dosya No: 2015/264**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif televizyon kanallarında gerçekleştirilen mont tanıtımları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından Bakanlığımıza gönderilen reklam kayıtları incelendiğinde, tanıtımı yapılan ürünlerde “Polo” markasına ait logonun kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından muhtelif televizyon kanallarında “Polo” marka mont tanıtımı yapıldığı, ürünü satın alan tüketiciye ise “Capitone” marka bir mont gönderildiği, şikayet konusu tanıtımlarda “Polo” markasının ismi zikredilmemesine karşın, tanıtımı gerçekleştirilen montların üzerinde ilgili markaya ait olan logonun net bir şekilde görülebildiği, bu doğrultuda tüketiciler üzerinde “Polo” marka bir ürün satıldığı algısı oluşturularak tüketicilerin satın alma kararının etki altı alındığı, bu itibarla tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4, 7/5-a, 9/4 ve 32/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **HP Medya Sipariş Pazarlama Reklamcılık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625- TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**95)**

**Dosya No: 2015/926**

**Şikayet Edilen: Pusula Yayıncılık Prodüksiyon Pazarlama Reklam Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından Akıllı TV isimli televizyon kanalında gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından Akıllı TV isimli televizyon kanalında “*Nanomax Oto Çizik Giderici”* isimli ürüne ilişkin olarak yapılan tanıtımlarda; *“Aracınızda ince çiziklerde olabilir, kalın çiziklerde olabilir. Çiziğin ince ya da kalın olmasının önemi yok. Nanomax çizik giderici krem ve yüzey parlatıcı sprey ile bu çiziklerden kurtulmanıza yardımcı olur. Kullanımı oldukça kolay.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından Akıllı TV isimli televizyon kanalında “*Nanomax Oto Çizik Giderici”* isimli ürüne ilişkin olarak yapılan tanıtımlarda; *“Aracınızda ince çiziklerde olabilir, kalın çiziklerde olabilir. Çiziğin ince ya da kalın olmasının önemi yok. Nanomax çizik giderici krem ve yüzey parlatıcı sprey ile bu çiziklerden kurtulmanıza yardımcı olur. Kullanımı oldukça kolay.”* şeklinde doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanması gereken ispata muhtaç ifadelerin kullanıldığı, ancak söz konusu iddiaların somut, hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı, dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararını etki altına alan ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/4, 7/5-a, 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 **Pusula Yayıncılık Prodüksiyon Pazarlama Reklam Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **11.625- TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**96)**

**Dosya No: 2016/156**

**Şikayet Edilen: Merkez Isı Kombi Klima Servisi**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait işyerinde bulunan tabelada yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Firmaya ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma ile “Demirdöküm” firması arasında herhangi bir yetkili servis hizmet sözleşmesi bulunmamasına rağmen, firmaya ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verilerek tüketicilerde Demirdöküm firmasının yetkili servisi olunduğuna dair bir algı oluşturulduğu ve böylelikle tüketicilerin yanlış yönlendirildiği, 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, 7/5-c, 7/5-f, 9/4, 11/1-a, 11/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**97)**

**Dosya No: 2016/157**

**Şikayet Edilen: Sezginler Teknik Hizmetler San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait işyerinde bulunan tabelada yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Firmaya ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma ile “Demirdöküm” firması arasında herhangi bir yetkili servis hizmet sözleşmesi bulunmamasına rağmen, firmaya ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verilerek tüketicilerde Demirdöküm firmasının yetkili servisi olunduğuna dair bir algı oluşturulduğu ve böylelikle tüketicilerin yanlış yönlendirildiği, 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, 7/5-c, 7/5-f, 9/4, 11/1-a, 11/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**98)**

**Dosya No: 2016/159**

**Şikayet Edilen: Cemal ÇAMLICA**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait işyerinde bulunan tabelada yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Şahsa ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu şahıs ile “Demirdöküm” firması arasında herhangi bir yetkili servis hizmet sözleşmesi bulunmamasına rağmen, şahsa ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verilerek tüketicilerde Demirdöküm firmasının yetkili servisi olunduğuna dair bir algı oluşturulduğu ve böylelikle tüketicilerin yanlış yönlendirildiği, 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, 7/5-c, 7/5-f, 9/4, 11/1-a, 11/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**99)**

**Dosya No: 2016/160**

**Şikayet Edilen: Serkan YAŞ**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahsa ait işyerinde bulunan tabelada yer verilen reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Tabela

**Tespitler:** Şahsa ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu şahıs ile “Demirdöküm” firması arasında herhangi bir yetkili servis hizmet sözleşmesi bulunmamasına rağmen, şahsa ait işyerinde bulunan tabelada “Demirdöküm” marka ve logosunun yer aldığı, ayrıca ilgili tabelada “Demirdöküm Yetkili Servisi” ifadesine yer verilerek tüketicilerde Demirdöküm firmasının yetkili servisi olunduğuna dair bir algı oluşturulduğu ve böylelikle tüketicilerin yanlış yönlendirildiği, 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, 7/5-c, 7/5-f, 9/4, 11/1-a, 11/1-b ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**100)**

**Dosya No: 2016/652**

**Şikayet Edilen: İdealist Bilişim ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından kısa mesaj yolu ile gerçekleştirilen tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Kısa Mesaj

**Tespitler:** Firma tarafından muhtelif tüketicilere gönderilen kısa mesaj metinlerinde; “*Multinet’li bugüne özel şaka gibi kampanya! Bugün 5 farklı Parantez noktasında TATLIPARA kazan, 200 TL TATLIPARA Parantez’den hediye. Şimdiden afiyet olsun :)”* şeklinde ifadelere yer verildiği, bununla birlikte [www.parantez.com](http://www.parantez.com) adresli internet sitesinde de aynı ifadelerle benzer tanıtımların yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmaya ait [www.parantez.com](http://www.parantez.com) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlar ile paralel olarak, yine firma tarafından muhtelif tüketicilerin cep telefonlarına gönderilen kısa mesajda; *“Multinetli bugüne özel şaka gibi kampanya! Bugün 5 farklı parantez noktasında tatlıpara kazan, 200 TL tatlıpara Parantezden hediye. Şimdiden afiyet olsun.”* şeklinde ifadelere yer verildiği, ancak yine söz konusu firma tarafından gönderilen ikinci bilgilendirme mesajında, “*Kampanyamıza göstermiş olduğunuz ilgiden dolayı teşekkür ederiz. Beklenenin üzerindeki talep nedeniyle saat 17:00 itibari ile kampanya koşulları değişmiş olup ilgili açıklamaya buradan ulaşabilirsiniz. https:--goo.gl-ifh3yt.”* ifadelerine yer verildiği, firma ile iletişime geçen tüketicilere kampanyanın gece yarısı 24:00’a kadar devam edeceği bilgisi verilmesine karşın, akşam 17:00’dan sonra gerçekleştirilen alışverişlerin kampanya kapsamı dışında tutulduğunu belirten, yukarda bahsi geçen konuya ilişkin ikinci bilgilendirme mesajının ise saat 17:30’da tüketicilere ulaştığı ve dolayısıyla tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, bu itibarla tüketici mağduriyeti ile sonuçlanan, tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikteki söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**101)**

**Dosya No: 2015/677**

**Şikayet Edilen:** **Aras Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.04.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinin 24.04.2015 tarihli görünümünde; *“Adresinize teslim ediyoruz… Alıcınız şubeye kadar yorulmasın derseniz, adrese teslim hizmetimiz ile gönderinizi alıcınızın adresine teslim edelim. Adrese teslim ek hizmetinden yararlanmak için talebinizi gönderinizi kuryemize ya da müşteri temsilcimize teslim ettiğiniz sırada iletmeniz yeterlidir…”* şeklinde ifadelere yer verilmesine rağmen tüketicinin yirmi paketlik kargosu, kargo ücreti haricinde sonradan talep edilen 100 TL ücret karşılığında anılan tüketicinin adresinde belirttiği 1. kata çıkarıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifade ve tanıtımların; Karayolu Taşıma Yönetmeliği’nin “Yetki belgesi sahiplerinin yükümlülükleri” başlıklı 43 üncü maddesinin 11 nci fıkrasında yer alan; *“(11) M ve P türü yetki belgesi sahipleri; teslim aldıkları eşyayı, teslim aldıkları günden itibaren, iliçi taşımalarda en geç 2 gün, yurtiçi taşımalarda en geç 3 gün, uluslararası taşımalarda ise en geç 15 gün içinde taşımak ve bu süreler içinde* ***teslimat şekline uygun olarak*** *alıcısına ulaştırmakla yükümlüdürler.”* maddesine açıkça aykırı olduğu ve söz konusu reklamlar aracılığı ile tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup; bahsi geçen bu durumun,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Aras Kargo Yurtiçi ve Yurtdışı Taşımacılık A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**102)**

**Dosya No: 2015/1884**

**Şikayet Edilen:** **Özlem ER - İnşirah Tesettür Giyim (Vitrin’s Butik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli sosyal paylaşım amaçlı internet sitesinde “Vitrin’s Butik” ve “İnşirah Tesettür” adlı hesaplar tarafından yer verilen ifade ve tantımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.12.2015,26.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “Vitrin’s Butik” isimli hesabın 26.01.2016 tarihli görüntüsünde; *“Tesettür Hijab Toptan Perakende…Kapıda ödeme kargo 9 TL,* ***İade yok****, DM yok, arama yok, faturasız değişim yok.. Sipariş whatsapp 533 308 70 66- 534 568 28 10- 0090 538 85298 95”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

“İnşirah Tesettür” isimli hesabın 26.01.2016 tarihli görüntüsünde ise; “*Tesettür Hijab Tunik Toptan…Yasal sayfa…iade yok, değişim var kargolar alıcıya ait, kapıda ödeme vardır. Arama kabul edilmemektedir. İletişim sadece whatsapp…0533 247 81 89”*  şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu “iade yok” ifadesi ile tüketicilere cayma hakkı kullandırılmadığı, ancak anılan firmaya ait Instagram hesabında veyahut herhangi bir reklam mecrasında “iade yok” şeklindeki bir beyanın “Mesafeli Sözleşmeler Yönetmeliği” hükümlerine göre hukuken mümkün olmadığı, “iade” olarak adlandırılan bu durumda yani tüketicinin sözleşmeden cayması halinde mesafeli olarak kurulan sözleşmelerin mahiyeti gereği tüketicinin herhangi bir gerekçe göstermesi de gerekmediği gibi malın ayıplı olma koşulunun da aranmadığı,

Diğer taraftan anılan firma tarafından şikayet konusuna ek olarak faaliyet gösterdikleri <https://www.myvitrins.com/ic/iade-ve-degisim-sartlari> adresli internet sitesi incelenerek söz konusu sitede yer alan 7 günlük cayma hakkı süresinin de yeni mevzuat çerçevesinde aykırı olduğu,

değerlendirilmiş olup; bahsi geçen tüm bu durumların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Özlem ER - İnşirah Tesettür Giyim (Vitrin’s Butik)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**103)**

**Dosya No: 2016/1492**

**Şikâyet Edilen: Kariyer.Net Elektronik Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.kariyer.net](http://www.kariyer.net) adresli internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin uygulamalar ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *“Senin için burada 71.610 iş ilanı var…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda söz konusu firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**104)**

**Dosya No: 2016/1499**

**Şikayet Edilen:** **İpekyol Giyim Sanayi Pazarlama ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Büyük Sezon İndirimi…%50 İndirim…Belirli ürünler hariç” ve “%70 indirim… Belirli ürünler hariç”* başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.06.2016 ve 05.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Mağaza Vitrini, İnternet

**Tespitler:** AXİS AVM’de bulunan İPEKYOL isimli mağazanın vitrininde kırmızı panolarda; *“Büyük Sezon İndirimi…%50 İndirim…Belirli ürünler hariç”* şeklinde ifadelere yer verildiği*,*

Bununla beraber [www.ipekyol.com.tr](http://www.ipekyol.com.tr) adresli internet sitesinin 05.08.2016 tarihli görünümünde ise; *“%70 İndirim…Belirli ürünler hariç”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** AXİS AVM’de bulunan İPEKYOL isimli mağazasının vitrininde *“Büyük Sezon İndirimi…%50 İndirim…Belirli ürünler hariç”* şeklinde ifadelere yer verilmek suretiyle, *“yazılı mecralarda dipnot, görsel mecralarda alt yazı ve durağan yazı olarak kullanılan metinler; ana vaadi açmak, netleştirmek veya ana vaadin gerçekleşmesi için gerekli koşulları veya istisnaları iletmek için kullanılabilir.”* hükmüne rağmen anılan reklamlarda hangi ürünlerin %50 indirime dahil olmadığı konusunda tüketicilerin açıkça bilgilendirilmediği, “belirli ürünler” ibaresinin ana vaadi netleştirecek bir ibare olmadığı halde firma tarafından yapılan açıklamalar çerçevesinde bu istisnasının ayrıca belirtilmesine gerek duyulmadığı, fakat mevzuata göre bu durumun tüketicileri yanıltıcı olduğu,

Bununla beraber [www.ipekyol.com.tr](http://www.ipekyol.com.tr) adresli internet sitesinin 05.08.2016 tarihli görünümünde de yine *“%70 İndirim…Belirli ürünler hariç”* ifadelerine yer verilerek ana vaadin istisnası kapsamına giren ürünlerin açıklanmadığı, diğer taraftan hangi ürünlerde yüzde kaç oranında indirim yapıldığı bilgisinin yer almadığı, sadece ürünlerin ilk fiyatlarının üzerinin çizilmek suretiyle indirimli fiyatlarının internette tüketici bilgisine sunulduğu, hangi ürünlerin %70 indirimle satıldığının tüketici algısında karışıklığa yol açtığı,

Diğer taraftan söz konusu firma tarafından tüm yıl içerisinde dönem dönem çeşitli oranlarda indirim uygulandığı, %50 veya %70 indirim oranlarının mevzuata göre bir önceki fiyat üzerinden değil, ilk fiyat üzerinden yapıldığı, buna ilişkin olarak firma tarafından da ispatlayıcı herhangi bir belgenin (faturanın) Bakanlığımıza sunulmadığı,

Bir diğer taraftan anılan vitrin afişlerinde söz konusu yazı-arka plan kontrast uyumunun ve durağan alt yazının boyutunun okunabilirliğinin ortalama tüketici algısı bakımından zayıf kaldığı,

anlaşılmış olup; tüm bu durumların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14, 18, 19, 21, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **İpekyol Giyim Sanayi Pazarlama ve Ticaret A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**105)**

**Dosya No: 2016/1501**

**Şikâyet Edilen: Keller Williams Türkiye Remo Emlak Hizmetleri ve Gayrimenkul A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** <http://www.kellerwilliams.com.tr/> ve <http://www.kwturkiye.com> adresli internet siteleri ile muhtelif internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://www.kellerwilliams.com.tr/> adresli internet sitesinin 08.08.2016 tarihli görünümünde; *“Keller Williams’da eğitime verilen değer eşsizdir. Bölge Müdürlüklerindeki interaktif derslerden, internet üzerinden yapılan online eğitim ve koçluk programlarına kadar, gayrimenkul danışmanlık sektöründeki en kapsamlı eğitim paketi sunulmaktadır… Sektörde bir ilke imza atarak, danışmanların ihtiyaçlarına yönelik hazırlanan KW teknoloji altyapısı, işinizi en verimli biçimde yürütmenize odaklanırken, zaman ve paradan tasarruf etmenize de olanak sağlar…”* şeklinde ifadelere,

[www.markaworld.com](http://www.markaworld.com) adresli internet sitesinin 14.06.2016 tarihli görünümünde; *“Dünya’nın en büyük gayrimenkul danışmanlık firması Keller Williams 133 bin danışmanından aldığı güçle sektörde adını duyurmaya devam ediyor. Keller Williams’ın her sene şubat ayında Amerika’nın farklı eyaletlerinde gerçekleştirdiği gayrimenkul sektörünün en büyük eğitim organizasyonu olan Family Reunion…”* şeklinde ifadelere,

[www.emlaksayfasi.com.tr](http://www.emlaksayfasi.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Dünya’nın en büyük gayrimenkul danışmanlık şirketi Keller Williams, franchise sistemiyle Türkiye’de büyüme devam ediyor….tüm sektörler arasında en iyi eğitim veren firma… Keller Williams 2015 yılında tüm sektörler arasında en iyi eğitim veren firma seçildi…Dünyanın en fazla danışmana sahip gayrimenkul danışmanlık firması Keller Williams…”* şeklinde ifadelere,

[www.kwturkiye.com](http://www.kwturkiye.com) adresli internet sitesinin 14.06.2016 tarihli görünümünde; *“Danışman sayısı olarak dünyadaki en büyük gayrimenkul danışmanlık markası olmanın gururunu ve sorumluluğunu attığımız her adımda taşıyoruz. İleri düzeyde donanımlı Danışmanlarımız müşterilerimizin memnuniyetini her zaman en yüksekte tutmak için çalışmaktadırlar. Bilgi birikimi ve deneyim: gayrimenkul sektöründeki tüm gelişmeleri yakından takip ederken, 30 yıllık deneyimimiz ile sektöre yön veren yenilikler yaratmaktan çekinmiyoruz. Böylece müşterilerimize ve iş ortaklarımıza benzersiz bir hizmet sunabiliyoruz… Teknoloji ve pazarlama: sektördeki en yenilikçi sistemi ile KW teknoloji ve pazarlama platformu işinizi en iyi biçimde yürütmenize odaklanırken zaman ve paradan tasarruf etmenize de olanak sağlamaktadır…Neden bir Keller Williams Gayrimenkul Danışmanı ile çalışmalıyım? Farklı ve kaliteli bir hizmet sunduğunuzda, her zaman bir adım öndesinizdir. Keller Williams'ın danışmanlarına sunduğu benzersiz eğitim, koçluk, pazarlama ve teknoloji çözümleri, danışmanlarımızın da sizlere daha kaliteli bir hizmet sunmasını sağlar… Başarı Geçmişi: Danışman sayısı olarak dünyanın en büyük gayrimenkul danışmanlık markası olmanın gururunu ve sorumluluğunu attığımız her adımda taşıyoruz. Sağlam altyapıya sahip danışmanlarımız müşterilerimize mükemmel müşteri deneyimi yaşatmak için çalışırlar… Bilgi Birikimi ve Deneyim: Gayrimenkul sektöründeki tüm gelişmeleri yakından takip ederken, 30 yıllık deneyimimiz ile sektöre yön veren yenilikler yaratmaktan çekinmiyoruz. Böylece, müşterilerimize ve iş ortaklarımıza benzersiz bir hizmet sunabiliyoruz… Takım Çalışması: Biz, başarının bir takım çalışması sonucu elde edildiğine inanırız. Büyüme stratejimiz, gayrimenkul sektörünün en başarılı kişileriyle uzun soluklu işbirlikleri yapmak üzerine kurulmuştur. Çünkü biz inanıyoruz ki, doğru yatırımlar ancak doğru kişiler ile başarıya ulaşır.* *Teknoloji: Keller Williams, teknoloji altyapısı tüm işlerinizi ve gününüzü tek yerden yönetebileceğiniz, işlerinizi kolay takip edebileceğiniz ve daha verimli sonuçlar almanıza yardımcı olacak ölçümler yapabileceğiniz, yalnızca gayrimenkul danışmanlarına özel bir platforma sahiptir… ÖDÜLLER: Keller Williams, kuruluşundan bu yana birçok farklı kategoride prestijli ödül kazanmıştır… Training Magazine: 2014 ve 2015 yıllarında, üst üste 2 sene tüm sektörler arasında en iyi eğitim veren firma seçilmiştir… Austin American Statesman: Austin'in en iyi çalışma ortamı seçilmiştir… Swanepoel Power 200 Most Powerful People in Residential Real Estate Report: 13 Keller Williams Paydaşı, gayrimenkul konut sektöründe en etkili 200 lider arasında gösterilmiştir. (Gary Keller, Chris Heller, Mary Tennant, John Davis)…Real Estate Executive Magazine: Gayrimenkul sektöründe en etkili 100 lider listesinde, Keller Williams yöneticilerinden Gary Keller, Mo Anderson, Chris Heller ve John Davis yer almıştır… Franchise Business Review: Kuzey Amerika'nın en iyilerin en iyisi listesinde müşterilerine en yüksek değer ve memnuniyeti sunan 50 franchise şirketi arasında gösterilmiştir… REALTOR Magazine 30 Under 30: REALTOR Magazine 30 yaş altı 30 kişi listesinde En çok temsil edilenler listesinde 7 kişi finale kalmıştır ve 4 kişi kazanmıştır... Inman 100 Most Influential Real Estate Leaders Report:6 Keller Williams Temsilcisi, sektörde en etkili 100 lider arasında gösterilmiştir… Swanepoel Power 200 Most Powerful People in Residential Real Estate Report:10 Keller Williams Danışmanı, konut sektöründe en etkili 200 lider arasında gösterilmiştir… REAL Trends 500: Real Trends 500’de gerçekleşen satışlara göre yapılan sıralamada, Keller Williams 143 Bölge Müdürlüğü ile işlem sayısı ve satış hacmi ile listede yer almıştır. National Association of REALTORS Distinguished Service Award: Ödül alan 2 aday da Keller Williams danışmanıdır. (Mike Brodie and Jim Helsel)… Beklentilerinizin Ötesinde Bir Hizmet: Evinizin camına satılık ilanı asılması, gazeteye ilan verilmesi ve bir kaç alıcıya evinizin gösterilmesinden daha fazla hizmeti hak ediyorsunuz. Sürecin başından sonuna kadar sizinle birlikte olan, satış işlemlerinizin pürüzsüz bir şekilde tamamlanması ve evinizin doğru fiyattan satılmasını sağlayan bir gayrimenkul danışmanını hak ediyorsunuz. Kısacası, bir Keller Williams danışmanını hak ediyorsunuz… Profesyonel danışmanınız, yerel gayrimenkul bilgisi ve uzmanlığı ile eviniz ve sizin için en doğru kararları vermenize her zaman yardımcı olmaya hazırdır. Titiz bir çalışmanın ardından evinizin tüm özellikleri ve bulunduğu bölge incelenerek sizin için bir ekspertiz raporu hazırlanır ve eviniz için en doğru fiyat belirlenir. Evinizi en iyi şekilde pazarlayabilmek için tüm veriler analiz edilir ve potansiyel müşteriler hedeflenir. Tüm süreç boyunca sizi dinleyerek; ihtiyaçlarınızı anlamak ve satış sürecindeki tüm sorularınızı yanıtlamak için buradayız...”* şeklinde ifadelere,

[www.emlakkulisi.com](http://www.emlakkulisi.com) adresli internet sitesinin 14.06.2016 tarihli görünümünde; “*Dünya’nın en fazla danışmana sahip gayrimenkul danışmanlık şirketi Keller Williams ve konut sektörünün lider şirketi NEF ile yeni bir iş birliğine imza attı. Keller Williams Angora Bölge Müdürlüğü önümüzdeki süreçte yatırım yapmak isteyen Ankaralı yatırımcılara Nef projelerinde düşük fiyat ve birbirinden farklı cazip ödeme koşullarıyla alternatif yatırım fırsatları sağlayacak. Alanında yatırımcılarına alternatif imkanlar sağlayan gayrimenkul ve danışmanlık şirketi Keller Williams Türkiye’deki operasyonlarına hız kesmeden devam ediyor… Dünya’nın en fazla danışmana sahip en büyük gayrimenkul danışmanlık şirketi Keller Williams sosyal sorumluluk projelerine verdiği desteklerle adından sıkça söz ettirmeye devam ediyor…”* şeklinde ifadelere,

[www.insaatyatirim.com](http://www.insaatyatirim.com) adresli internet sitesinin 14.06.2016 tarihli görünümünde; *“Dünyanın en fazla danışmana sahip gayrimenkul danışmanlık şirketi Keller Williams, Türkiye’de büyüme devam ediyor. 2013 yılında Türkiye pazarına hızlı bir giriş yapan Keller Williams Türkiye 2015 yılında danışman sayısını 150’den 500’e yükseltti ve danışmanların geliri bir senede yüzde 80 oranında arttı. Keller Williams Türkiye’nin 2016 yılsonu hedefi ise 16 bölge müdürlüğünde 1000 danışman ile hizmet vermek… Sunduğu benzersiz eğitim, koçluk, pazarlama ve teknoloji çözümleri ile gayrimenkul sektöründe farkını her zaman ortaya koyan Keller Williams’ın Türkiye operasyonları hız kesmeden sürüyor. 30 yılı aşkın sektör tecrübesiyle müşterilerine ve iş ortaklarına benzersiz hizmetler sunan Keller Williams Türkiye 2015 yılında Türkiye genelinde danışman sayısını 150’den 500’e çıkartarak bir senede 2,5 katın üzerinde büyüme kaydetti. İstanbul, İzmir, Ankara ve Bodrum bölge müdürlükleri ile hizmet veren Keller Williams Türkiye, önümüzdeki yıl yüzde 100 büyüme ile 16 farklı bölgede 1000 danışman ile hizmet vermeyi hedefliyor… Danışmanlara bir yılda 3706 saat eğitim… Şirket kültürü ile danışmanlarını ön planda tutan Keller Williams’ın kaliteli ve farklı bir hizmet sunduğunun altını çizen Keller Williams Türkiye Ülke Direktörü Emre Erol; “Keller Williams markasıyla ilk tanıştığımda farklı bir şeyler olduğunu hissetmiştim. Ofislerini ilk kez ziyaret ettiğimde ise doğru yerde olduğumu biliyordum. Dünyanın neresinde olursanız olun bir Keller Williams ofisine girdiğiniz zaman doğru yerde olduğunuzu anlarsınız. Bu deneyimi Türkiye’ye taşıyarak 2013 yılından beri Türkiye’de aktif olarak çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Geride bıraktığımız 2 senede danışman sayımızı 500’e çıkarttık, önümüzdeki yıl ise hedefimiz 1000 danışman ile büyümeye devam etmek. 2014 yılına kıyasla danışmanlarımız 2015 yılında gelirlerini yüzde 80 oranında arttırdı. Biz her zaman danışmanlarımızın önünde değil arasında duran bir firma olduk. Tüm çalışmalarımızı ve altyapımızı onların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik tasarlarız. Amacımız onların kendilerini geliştirmelerini ve işlerini büyütmelerini sağlamak. Eğitim odaklı bir firma olarak 2015 yılında danışmanlarımıza toplam 3706 saat eğitim verdik ve eğitim fakültesi projemizi hayata geçirdik. Büyüme odaklı iş modelimiz ve vizyoner iş ortaklarımız ile sürekli gelişen ve değişen dünyaya uyum sağlayarak büyümeye ve başarılı işlere imza atmaya devam edeceğiz.” dedi… Fiyatlar yüzde 17-20 arasında artacak… Türkiye’nin yaşadığı siyasi belirsizliklere rağmen konut satışlarının 2015 yılında bir önceki yıla oranla yüzde 20 oranında artış gösterdiğini belirten Emre Erol; “Geride bıraktığımız yıl herkes için zor bir sene oldu. Türkiye yaşadığı zor günleri yavaş yavaş geride bırakacak ve gelişmeye devam edecek. 2016 yılının gerek gayrimenkul sektörü için gerekse de diğer sektörler için kazançlı ve başarılı bir yıl olacağı görüşündeyim. Ülke genelinde belirsizlikler azaldıkça huzur ve güven de artacak, bekle gör politikası izleyen yatırımcı harekete geçecek ve döviz kurlarındaki dalgalanmalar bitecek. Konut kredi faizlerinin ise yüzde 1’in altına düşmesini bekliyoruz. Standartların her geçen gün yükseldiği gayrimenkul piyasasında fiyatlarda bir azalma yaşanmayacak. Özellikle İstanbul’da yapımı süren 3. köprü ve 3 hava alanı projeleriyle birçok bölge değerlenecek. Fiyatların Türk lirası bazında yüzde 17-20 arasında bir artış yaşanacağını öngörüyoruz.” dedi…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda söz konusu firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**106)**

**Dosya No: 2016/1502**

**Şikâyet Edilen: Remax Türkiye (Tek Grubu Gayrimenkul Franchising İç ve Dış Tic. A.Ş.)**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.remaxdanismanlik.com](http://www.remaxdanismanlik.com) ve [www.remax.com.tr](http://www.remax.com.tr) adresli internet siteleri ile sosyal platformlar ve muhtelif diğer bazı mecralarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.03.2016, 12.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.remaxdanismanlik.com](http://www.remaxdanismanlik.com) adresli internet sitesinin 02.03.2016 tarihli görünümünde; “*Dünyada hiç kimse REMAX’ten daha fazla gayrimenkul satmıyor…RE/MAX GAYRİMENKUL DANIŞMANI OLMANIN 6 AVANTAJI: YÜKSEK KAZANÇ VE İTİBAR:RE/MAX gayrimenkul danışmanları sektörde yüksek kazanç elde ederler ve itibar görürler…İLK GÜNDEN İTİBAREN EN İYİ EĞİTİMLER: RE/MAX’in yeni gayrimenkul danışmanlarına yönelik eğitim programı, tüm gayrimenkul satış tekniklerinin kısa sürede öğrenilmesini sağlar… YENİ MÜŞTERİLER BULMAYA YARDIMCI OLAN DESTEK SİSTEMİ: RE/MAX daha kısa sürede ve kolayca yeni müşteriler bulmanıza yardımcı olacak etkili araçları kullanabilme olanağı sağlar…SICAK BİR AİLE ORTAMI: Olumsuz dış etkenlerden uzak, işe odaklanmaya elverişli çalışma ortamı…KENDİNİZE AYIRACAĞINIZ DAHA FAZLA VAKİT: Ailenize ayıracağınız vakitten fedakarlık etmenizi gerektirmeyecek bir iş…REMAX’in desteğiyle hem para hem itibar kazanacaksınız…”* şeklinde ifadelere,

[www.remaxdanismanlik.com](http://www.remaxdanismanlik.com) adresli internet sitesinin 12.08.2016 tarihli görünümünde; *“RE/MAX GAYRİMENKUL DANIŞMANI OL, SEN DE 1 NUMARA OL\* (\*Bağımsız pazar araştırma kuruluşu TNS’nin Nisan 2014’te gerçekleştirdiği pazar araştırması kapsamında emlak/gayrimenkul aracılık şirketleri arasında RE/MAX’in sektörünün en bilinen markası olduğu tespit edilmiştir.) Siz de Türkiye’nin en modern Gayrimenkul ofislerinde çalışmak için* ***444 27 69****’u arayın…”* şeklinde ifadelere,

[www.remax.com.tr](http://www.remax.com.tr) adresli internet sitesinin 12.08.2016 tarihli görünümünde; *“1973 yılında kurulan RE/MAX, bugün dünyada en çok gayrimenkul satışı gerçekleştiren kurumudur. Yaklaşık 100 Ülkede, yaklaşık 6.500 Civarı Franchise 0fisi ve 100.000'e yakın Gayrimenkul Danışmanı bulunmaktadır. Ülkemizde Tek Şirketler Grubu tarafından 1997 yılında kurulan RE/MAX Türkiye Genel Müdürlüğünün faaliyet alanı, Türkiye ve KKTC'yi kapsamaktadır. Avrupa merkezi Viyana, Avusturya’da, bir diğer merkezi ise Kanada’nın Toronto şehrindedir… RE/MAX Türkiye, ülkenin dört bir yanına yayılmış olan yaklaşık 265 modern ofisinde hizmet veren 3250 Gayrimenkul Danışmanı ile profesyonel gayrimenkul pazarlama ve danışmanlık hizmeti vermektedir. Ayrıca RE/MAX Türkiye, gerek Gayrimenkul Danışmanı olarak gerekse de işletmeci sıfatıyla yeni iş kurmak isteyen girişimcilere, muhteşem fırsatlar sunmaktadır… RE/MAX Türkiye (Tek Grubu Gayrimenkul Franchising İç ve Dış Tic. A.Ş), İTO tarafından en son açıklanan Başarılı Vergi Mükellefleri listesinde yer alarak bronz madalya kazanma başarısını göstermiştir. Böylece, Türkiye ekonomisine yaklaşık 4000 kişilik istihdam yaratmanın yanı sıra, vergi mükellefi sıfatıyla da İTO başarı listesine giren ilk ve tek gayrimenkul danışmanlığı kuruluşu olmuştur… RE/MAX, son 19 yıldır Türk gayrimenkul sektöründe hep ilklere imza attı. Profesyonel gayrimenkul danışmanlığı hizmeti, ilk gayrimenkul internet sitesi, tüm dünyada gayrimenkul pazarlama olanağı, en yeni teknoloji ile en kapsamlı eğitimler, yaygın network ağı, vb. bugüne kadar Türkiye'de ilk kez RE/MAX Türkiye tarafından hayata geçirildi… RE/MAX farkını yaratan en önemli etken eğitim... Eğitimlerin kapsamında dünyada uygulanan pazarlama teknikleri ve trendleri, teknolojideki son yenilikler, sistemin işleyişi ve sektörde yaşanan gelişmeler bulunuyor. Yurtiçinden ve yurtdışından alanında uzman, deneyimli eğitmenler tarafından RE/MAX Türkiye Broker/Owner (ofis sahipleri) ve Gayrimenkul Danışmanları sürekli eğitimlere katılarak bilgilerini yeniliyor… Siz de RE/MAX dünyasının size sunabileceği birçok fırsatı değerlendirebilirsiniz;*

*- Minimum riskle maksimum kazanç sağlayacağınız bir yatırımla kendi işinizi kurabilir, bir RE/MAX ofisi açabilirsiniz, ya da*

*- Türkiye çapında sayıları her geçen gün artan RE/MAX ofislerinden birinde Gayrimenkul Danışmanı olarak yine kendi bireysel işinizi kurarak faaliyet gösterebilirsiniz.*

*- Ayrıca dilerseniz, Türkiye çapında faaliyet gösteren 265 RE/MAX ofisinin listesine ve portföylerine ulaşabilir, aradığınız gayrimenkule en kısa yoldan ulaşabilirsiniz…”* şeklinde ifadelere,

[www.remax.com.tr](http://www.remax.com.tr) adresli internet sitesinin 02.03.2016 tarihli görünümünde; *“Para dergisi: REMAX dünya çapında en çok gayrimenkul satışına aracılık eden şirketlerden biri…Türkiye’nin gayrimenkul sektöründe en yaygın franchise ağına sahip markasıyız…sektörünün en bilinen markası…”* şeklinde ifadelere,

“Facebook” isimli sosyal platform sitesinde; *“Tecrübesi, vizyonu, değerleri ve profesyonel ekipleriyle REMAX gayrimenkul sektöründe ev ve iş yeri kiralama ve satışında Türkiye’de bir numara…Dünyanın en çok gayrimenkul satan kuruluşu REMAX uzman kadrosuyla size yardımcı olmak için her zaman hazır…parlak bir gelecek için siz de dünyanın en çok gayrimenkul satan markası REMAX’e katılmaya ne dersiniz…Uluslararsı bir gayrimenkul şirketi olan REMAX dünyada 100 ülkede ofisleri bulunan sektörünün ilk markasıdır… Tecrübesi, vizyonu, değerleri ve profesyonel ekipleriyle GAYRİMENKUL SEKTÖRÜNDE Türkiye’de 1 numara REMAX… Dünyada hiç kimse REMAX’ten daha fazla gayrimenkul satmıyor…Dünyanın en güvenilir markası REMAX artık Karaburun’da...”* şeklinde ifadelere,

Diğer taraftan muhtelif mecralarda; *“Gayrimenkul sektörünün lideri REMAX size muhteşem bir fırsat sunuyor…Dünyada hiç kimsenin REMAX’ten daha fazla gayrimenkul satmıyor…REMAX(1)…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda söz konusu firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**107)**

**Dosya No: 2016/1506**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“HEPSİ %50”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Haziran 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Vitrin

**Tespitler:** İstanbul ili Fatih ilçesinde bulunan Historia AVM adlı alışveriş merkezinde faaliyet gösteren MANGO isimli mağaza ile diğer tüm MANGO mağazalarının vitrininde kırmızı panolarda ***“HEPSİ %50”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Historia AVM’de yer alan MANGO isimli mağaza ile tüm MANGO mağazalarının vitrininde ***“HEPSİ %50”*** şeklinde ifadelere yer verilerek tüm ürünlerde %50 oranında indirim uygulandığı algısı yaratıldığı ancak İstanbul Büyükşehir Belediyesi Zabıta Daire Başkanlığı tarafından mağaza içinde yapılan denetimlerde indirimsiz (yeni sezon) ürünlerin satışına rastlandığı,

Diğer taraftan anılan firma tarafından tüm yıl içerisinde dönem dönem çeşitli oranlarda indirim kampanyaları düzenlendiği, anılan %50 indirim oranının bir önceki fiyat üzerinden değil, ilk fiyat üzerinden yapıldığı, buna ilişkin olarak Mango firması tarafından da ispatlayıcı herhangi bir belgenin Bakanlığımıza sunulmadığı,

Bir diğer taraftan anılan vitrin afişlerinde herhangi bir istisnaya yer verilmediği için söz konusu ifadelerin tüketicileri yanıltıcı olduğu, bir an için Mango firması tarafından Bakanlığımıza sunulan bilgiler ışığında “yeni koleksiyon hariç” ifadesinin yer aldığı düşünülse dahi anılan durumun reklam örneğinin aslı değil de alelade bir fotokopi üzerinden gönderilen yarım vitrin afişi örneğinde yer alması, söz konusu yazı - arka plan kontrast uyumunun anlaşılamaması, vitrin afiş boyutu tam gösterilmediği için durağan alt yazının boyutunun okunabilir olduğuna ilişkin bir değerlendirme yapılamaması, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Zabıta Daire Başkanlığı tarafından gönderilen reklam örneklerinde “yeni koleksiyon hariç” ibaresine rastlanmadığı, Mango firması tarafından gönderilen reklam örneği incelendiğinde şikayete konu reklam örneğinden farklılıklar arz ettiği,

Bununla beraber Mango firması tarafından yapılan açıklamada%50 indirim oranının 09.06.2016 - 30.09.2016 tarihleri arasında uygulandığının belirtildiği, ancak Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde yer alan *“indirimli satışın başlangıç ve bitiş tarihleri ile indirimli olarak satışa sunulan mal veya hizmetin miktarı sınırlı ise bu miktarın açık ve anlaşılır bir biçimde belirtilmesi zorunludur.”* hükmüne istinaden “başlangıç-bitiş” tarihi sınırlı olması durumunda bu durumun açık ve anlaşılır biçimde reklamlarda belirtilmesi gerekirken şikayete konu afişlerde herhangi bir tarihe yer verilmediği,

Bunlara ek olarak yine Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinde *“Reklamlardaki sesli ifadeler, görseller, dipnot, alt yazı veya durağan yazılarda yer verilen bilgiler birbiriyle çelişmemelidir.”* hükmüne rağmen anılan afişlerde “HEPSİ” ibaresi kullanılması ve mağaza içerisinde kimi bazı ürünlerin indirime tabi olmaması hususunun birbiriyle çeliştiği,

Dolayısıyla tüm bu durumların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14, 18, 19, 21, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

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 **5.812 TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**108)**

**Dosya No: 2016/1535**

**Şikayet Edilen:** **Anatolia Bilişim Eğitim Danışmanlık İletişim Reklam Turizm Ticaret Ltd.** **Şti. (Anatolia Group - Kobi-Line)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kobi-line.com.tr](http://www.kobi-line.com.tr) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.07.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.kobi-line.com.tr](http://www.kobi-line.com.tr) adresli internet sitesinin 29.07.2016 tarihli görünümünde; *“…HAKKIMIZDA: Şirketimiz 19.01.2008/26761 gün ve sayılı resmi gazete de yayımlanan T.C Başbakanlık Müsteşarlığı 60 seri no’lu gümrük genel tebliği hükümlerine göre 26.05.2008 kurulmuş olup 05.05.2011/27925 sayılı resmi gazete de yayımlanan 2 seri no lu gümrük genel tebliği hükümleri çerçevesinde faaliyetlerine devam etmektedir…Gelişmekte olan her ülke için en önemli olan şey o ülkedeki esnaf ve işletmelerin devletin desteğiyle dış ülkelere açılmasıdır. Bunu tek başına yapabilen veya başaran bir işletme düşünülemeyeceği gibi devletin destek vermemesi de düşünülemez. Türkiye'nin şu anda içinde bulunduğu ekonomik ve sosyal yapıda da Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde müthiş bir destek ve organizasyon vardır. Şu da bir gerçek ki birçok işletme, Kobi ve işveren bu desteklerden ya habersiz ya da bilgi sahibi değil... Hızla kalkınan ülkemizin şu günlerde 2023 vizyonuna hazırlandığı bir dönemde siz değerli yatırımcımızın da bir an önce bu vizyonda hak ettiği yerde olmasını yürekten istiyor ve bu konuda size her türlü hibe, teşvik ve destek sağlamayı garanti ediyoruz. …Hibe Kredi Haberlerini Mail Adresinize Gönderelim! Tweets!* ***Hibe Danışmanlığı*** *@Kobiline KOBILERE MÜJDE!...Sigorta Primlerine Devlet Desteği…Türkiye’nin lider proje uzmanı…****Faizsiz veya Düşük Faizli Kredi için Hemen Başvurun!..*** *ÇÖZÜM ORTAKLARIMIZ: Milliyet, Turkuvaz Medya Grubu Bank pozitif, Best FM, Tarım Türk, TGDEF Girişimci Fonu… İş fikrine sermaye bulamayan girişimcilere müjde kobibank…”* şeklinde yanıltıcı ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kobi-line.com.tr](http://www.kobi-line.com.tr) adresli internet sitesinde bazı yanıltıcı ifadelere yer verildiği,

“*Şirketimiz 19.01.2008/26761 gün ve sayılı resmi gazete de yayımlanan T.C Başbakanlık Müsteşarlığı 60 seri no’lu gümrük genel tebliği hükümlerine göre 26.05.2008 kurulmuş olup 05.05.2011/27925 sayılı resmi gazete de yayımlanan 2 seri no lu gümrük genel tebliği hükümleri çerçevesinde faaliyetlerine devam etmektedir”* beyanının ispatlanamadığı ve gerçeği yansıtmadığının firma tarafından ikrar edildiği,

*“Hızla kalkınan ülkemizin şu günlerde 2023 vizyonuna hazırlandığı bir dönemde siz değerli yatırımcımızın da bir an önce bu vizyonda hak ettiği yerde olmasını yürekten istiyor ve bu konuda size* ***her türlü*** *hibe, teşvik ve destek sağlamayı garanti ediyoruz.” ve “Faizsiz veya Düşük Faizli Kredi için Hemen Başvurun!”* şeklindeki ifadelere istinaden firma tarafından yapılan; “çözümsüz kalan ve firmanızın hizmetinden kaynaklı sorun yaşayan müşterilerinize ücret iadesi yapıldığı hususu ile yazılan bazı projelerde de iade garantisi verildiği bu durumda da sözleşmeye yazıldığı” şeklinde açıklamaların “**her türlü” hibe, teşvik ve destek sağlanacağının garanti edilmesi hususunda gerçeği yansıtmadığı,**

*“ÇÖZÜM ORTAKLARIMIZ: Milliyet, Turkuvaz Medya Grubu Bank pozitif, Best FM, Tarım Türk, TGDEF Girişimci Fonu”* ifadesine istinaden bahsi geçen çözüm ortağı firmalarla şikayete konu firma arasında ne gibi bir çözüm ortaklığı olduğu, hangi konularda çözüm bulunduğu hususlarında herhangi bir ispat aracının Bakanlığımıza sunulmadığı,

*“İş fikrine sermaye bulamayan girişimcilere müjde Kobibank”* ifadesinde yer alan “Kobibank” kelimesi marka tescil belgesini haiz dahi olsa, banka olmadığı halde ortalama bir tüketicide devlet destekli bir banka olduğu yönünde izlenim yaratacak şekilde kullanıldığı,

anlaşılmış olup; tüm bu durumların,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **Anatolia Bilişim Eğitim Danışmanlık İletişim Reklam Turizm Ticaret Ltd. Şti. (Anatolia Group - Kobi-Line)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**109)**

**Dosya No: 2016/2259**

**Şikâyet Edilen: Yenibiriş İnsan Kaynakları Hizmetleri Danışmanlık ve Yayıncılık A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklâm:** [www.yenibiris.com](http://www.yenibiris.com) adresli internet sitesinde yer alan ilanlara ilişkin uygulamalar ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 08.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *“31.674 iş ilanıyla 46.877 kişi aranıyor! Sektöre göre iş ilanları…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayete konu iddialar ve ispata muhtaç hususlarda söz konusu firma tarafından sunulan açıklamalar göz önüne alınarak, anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.