**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :**  11 Ekim 2016

**Toplantı Sayısı :** 253

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2016/311**

**Şikayet Edilen:** Superonline A.Ş. İletişim Hizm. A.Ş.

**Şikayet Edilen Reklam: *“Fiberde Lider Hızda Lider”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık hava reklamı ve gazete

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli mecralarda yayınlanan ***“Fiberde Lider Hızda Lider”*** başlıklı reklamlarda *“•Fiberde Lider. Hızda Lider •Turkcell Superonline fiber internet kullanıcı sayısında Türkiye’de birinci.\* •Sürekli geliştirdiğimiz altyapımız ve hizmet kalitemizle Türkiye’nin hızına hız katmak için var gücümüzle çalışmaya devam ediyoruz.\*\* •Bize güvenen tüm Türkiye’ye sonsuz teşekkür ediyoruz. \*2015 yılı3. Çeyrek aylık Pazar verileri raporu ve operatör açıklamaları baz alınmıştı.\*\* Türkiye’de evlere kadar 1000 Mbps fiber internet veren ilk operatör Turkcell Superonline’dır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda kullanılan *“Hızda Lider”* iddiasının Türkiye’de evlere kadar 1000 Mbps fiber internet veren ilk operatörün anılan firma olduğu bilgisine dayandırıldığı; ancak hali hazırda piyasada en yüksek hız olan 1000 Mbps hızı sadece firmanın kullanıcılarına sunduğunun mevzuata uygun şekilde kanıtlanamadığı ve aynı hızda internet hizmetini sunan başka operatörlerin de bulunması nedeniyle muhatap firmanın artık lider olarak nitelendirilemeyeceği; bu nedenle, şu an Türkiye’de evlere kadar 1000 Mbps fiber internet veren başka operatörlerin varlığına rağmen bu ifadenin kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı ve yanlış yönlendirici nitelikte olduğu, haksız rekabete yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun da;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**2)**

**Dosya No: 2016/319**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Bol İnternetli Türk Telekom Cep Tarifeleri”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon ve açık hava reklamı

**Tespitler:** Firma tarafından çeşitli televizyon kanallarında ve açık hava panolarında yayınlanan ***“Bol İnternetli Türk Telekom Cep Tarifeleri”*** başlıklı reklamların her iki versiyonunda da *“Mobil hatta yeni gelene, faturalıda 12 ay söze”* şeklindeki bilgilendirmeye yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda *“Mobil hatta yeni gelene, faturalıda 12 ay söze”* şeklindeki tüketicilerin farkedebileceği açıklıkta anılan reklam materyallerinde yer aldığı ve bu yolla tüketicilerin gereği gibi bilgilendirildiği; dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı mahiyette olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2016/854**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Megamor”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan ***“Türk Telekom Mega Mor”*** başlıklı birden fazla versiyon halinde yayınlanan televizyon reklamının ilkinde ana vaat olarak, *““(…)-****Ne o fiber mi o? Elinde mi kaldı? Döşeyemedin mi?****-Müşteri istiyor, sana ne?-İster tabi, alıştırmış Türk Telekom.-Ne Fibermiş be!-Bakıyorum sana bir havalar bir özgüven gelmiş. -Olur mu abi öyle şey. Aksine ben senin için gittim adamların kapısında yattım: bütün teknolojik altyapılarını inceledim gizli gizli. Abi, anlayacağın adamlar cebin, internetin, TV’nin hakkını vermiş. Hadi sen de bana ikinci bir şans ver.-Veysel bana bak. Türk Telekom Cepten 2 gün bedava internet veriyormuş. Siz ne veriyorsunuz?* ***O İşler öyle olmaz! Vereceksen yol boyunca değil yıl boyunca vereceksin.*** *Şimdi markaların birleşmesi şerefine Türk Telekomlulara haftanın 2 günü cepten internet hediye.”* şeklinde vedurağan yazıda *“****Yılsonuna kadar haftada 2 gün cepten internet hediye!****”* ifadesine ve altyazıda ise *“Kampanya, 05.04.2016’ya kadar* ***aylık 2GB*** *kullanımla sınırlıdır. Kampanyadan faturalı 2GB ve üzeri internet sunan tarifelerdeki müşteriler yararlanabilir.* ***Kampanyadan 30 gün içerisinde 1 kez faydalanabilir.*** *Faydalar devredilemez ve başka bir hatta transfer edilemez. Kampanyadan yararlanma günleri müşteri bazlı değişiklik gösterebilir. Kampanyaya katılmak için Türk Telekom Grubu veri işleme ve paylaşım izni şartı bulunmaktadır. Hediye internet 31.12.2016’ya kadar kullanılabilir. Katılım 1.000.000 müşteri ile sınırlıdır.* [*www.turktelekom.com.tr*](http://www.turktelekom.com.tr)*”* ifadelerine yer verildiği;

İnceleme konusu reklamın bir diğer versiyonunda ise ana vaat olarak, *“(…)-Bu kaçıncı oluyordu?-****Bu sim kart ile 7 oluyor abi.****-Bizimki Türk Telekom’unkinden çok daha hızlı olacak.-Vallaha mı?-İşte hızın yeni adı. Adanalı Ronaldo.-Noldu Veysel, niye durdu? -Abi, internet bitti. -Tam sırasında yani. -****Ee, bizimki bu kadar oluyor abi işte.*** *-Ama olmaz Veyselcim.* ***Gerçek fırsat Türk Telekom’da.*** *Ek 2GB cepten internet sadece 7 TL farkla. Siz de ek GB alın 4.5G keyfini doya doya yaşayın.”* ifadelerine vedurağan yazıda *“12 ay sözüne”* ifadesine ve altyazıda ise *“Faturalı müşteriler 12 fatura dönemi pakette kalma sözü vererek pakete kaydolabilir. İlk 12 fatura dönemi 7 TL, sonrasında 15 TL’dir. 2 GB cepten internet faturalıda bir fatura dönemi, faturasızda 30 gün süresince yurtiçinde geçerli kullanılabilir, devredilmez, iptal edilmedikçe otomatik yenilenir. Kampanyadan yararlanan müşteriler 4.5G servislerinin açılmasına onay vermiş sayılır. Kampanyaya dahil tarife/paketler ve detaylar için:* [*www.turktelekom.com.tr*](http://www.turktelekom.com.tr)*”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Her iki reklam da incelendiğinde, **“Megamor”** isimli gerçek dışı bir operatör yaratılarak bu operatör üzerinden esprili bir reklam hazırlandığı ve gerçek rakip operatörlere herhangi bir atıfta bulunulmadığı ve onları kötüleyen bir unsurun reklamlarda yer almadığı; diğer taraftan, 2016 yılının başından itibaren üç marka birleştirilerek hem sabit telefon, hem mobil telefon hem de sabit internet hizmetlerinin Türk Telekom markası altında sunulduğu göz önünde bulundurulduğunda, reklamlarda bu üç markanın birleşmesine vurgu yapıldığı ve ardından, reklamın ana vaadinde birkaç defa *“cepten internet hediye”* ifadelerine yer verilerek mobil internetin hediye edildiği bilgisinin açıkça belirtildiği; bununla birlikte, reklamlarda yer verilen *“(…)haftanın 2 günü cepten internet hediye...”* ve *“Yılsonuna kadar haftada 2 gün cepten internet hediye!”* ifadeleri ile altyazıda yer alan *“Kampanyadan 30 gün içerisinde 1 kez faydalanabilir.”* ifadesinin birbiriyle herhangi bir çelişki yaratmadığı, çünkü mobil tarifelerin aylık periyotlarla ücretlendirildiği ve mobil hizmetlerin genel olarak 30 gün için kullanıma sunulduğunun tüketiciler tarafından bilinen bir husus olduğu; dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı ve rakipleri kötüler nitelikte olmadığı değerlendirildiğinden, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**ÖRTÜLÜ REKLAM**

**4)**

**Dosya No: 2016/331**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.milliyet.com.tr](http://www.milliyet.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan “Eximer Laser ile Gözlüklerinizden Kurtulun” başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.milliyet.com.tr](http://www.milliyet.com.tr)adresli internet sitesinin 18.01.2016 tarihli görünümünde yer alan **“Eximer Lazer ile Gözlüklerden Kurtulun”** başlıklı yazıda:

*“Göz Hastalıkları Uzmanı Op.Dr. Şeyda Atabay, eximer lazer tedavisi ile gözlüklerin çıkarılabileceğini belirtti. Eximer Lazer (Lazerle Göz Ameliyatı) hakkında bilgi veren Op.Dr. Şeyda Atabay, ‘Tüm duyularımız farklı düzeyde önemli olmakla birlikte, görme duyusu dış dünyayı algılamak ve ilişkiler kurmakta tüm duyularımıza göre çok ayrı bir öneme sahiptir. Gözlerimiz sayesinde dış dünyadan aldığımız görüntüler retina tabakasında oluşturulur ve beyine iletilir. Bu sayede net bir görüş elde ederiz. Işık demetleri net bir görüntü oluşturmak için gözün farklı katmanlarından kırılarak retinaya ulaşırlar. Bu sırada gözün en önemli kırıcı ortamları olan kornea ve lensten geçerler. Bu nedenle kornea ve lens düzeyindeki farklılıklar ve değişiklikler neticesinde görüntüde netlik azalması yaşanır’ dedi. Lazer teknolojisinin göz hastalıklarının tedavisinde uzun yıllardır kullanıldığını söyleyen Op.Dr. Şeyda Atabay, ‘Farklı göz hastalıkları tedavileri için farklı lazer teknolojileri kullanılır. Halk arasında sıklıkla ‘lazerle gözlükten kurtulma’ ameliyatı veya ‘göz çizdirme’ olarak bilinen operasyonlar excimer lazer kullanılarak yapılan lazer göz tedavileridir. Excimer lazer kullanılarak miyop, hipermetrop veya astigmat tedavisi yapılabilir. Lasik, excimer lazer kullanılarak yapılan lazerle gözlük ve kontakt lenslerden kurtulma operasyonları arasında en sık uygulanan ve en konforlu tedavidir. Lasik operasyonunun bu kadar popüler olmasının nedeni tamamen ağrısız bir operasyon olması ve çok hızlı bir şekilde gözlüksüz görebilmeyi sağlamasıdır’ diye konuştu.”* şeklinde ifadelere ve açıklamayı yapan doktorun bir fotoğrafına yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.milliyet.com.tr](http://www.milliyet.com.tr) adresli internet sitesinin 18.01.2016 tarihli görünümünde yer alan “Eximer Lazer ile Gözlüklerden Kurtulun” başlıklı yazıda:

*“Göz Hastalıkları Uzmanı Op.Dr. Şeyda Atabay, eximer lazer tedavisi ile gözlüklerin çıkarılabileceğini belirtti. Eximer Lazer (Lazerle Göz Ameliyatı) hakkında bilgi veren Op.Dr. Şeyda Atabay, ‘Tüm duyularımız farklı düzeyde önemli olmakla birlikte, görme duyusu dış dünyayı algılamak ve ilişkiler kurmakta tüm duyularımıza göre çok ayrı bir öneme sahiptir. Gözlerimiz sayesinde dış dünyadan aldığımız görüntüler retina tabakasında oluşturulur ve beyine iletilir. Bu sayede net bir görüş elde ederiz. Işık demetleri net bir görüntü oluşturmak için gözün farklı katmanlarından kırılarak retinaya ulaşırlar. Bu sırada gözün en önemli kırıcı ortamları olan kornea ve lensten geçerler. Bu nedenle kornea ve lens düzeyindeki farklılıklar ve değişiklikler neticesinde görüntüde netlik azalması yaşanır’ dedi. Lazer teknolojisinin göz hastalıklarının tedavisinde uzun yıllardır kullanıldığını söyleyen Op.Dr. Şeyda Atabay, ‘Farklı göz hastalıkları tedavileri için farklı lazer teknolojileri kullanılır. Halk arasında sıklıkla ‘lazerle gözlükten kurtulma’ ameliyatı veya ‘göz çizdirme’ olarak bilinen operasyonlar excimer lazer kullanılarak yapılan lazer göz tedavileridir. Excimer lazer kullanılarak miyop, hipermetrop veya astigmat tedavisi yapılabilir. Lasik, excimer lazer kullanılarak yapılan lazerle gözlük ve kontakt lenslerden kurtulma operasyonları arasında en sık uygulanan ve en konforlu tedavidir. Lasik operasyonunun bu kadar popüler olmasının nedeni tamamen ağrısız bir operasyon olması ve çok hızlı bir şekilde gözlüksüz görebilmeyi sağlamasıdır’ diye konuştu.”* şeklinde ifadelere ve açıklamayı yapan doktorun bir fotoğrafına yer verildiği,

Buna göre, söz konusu yazı değerlendirildiğinde, gerek yazıda gerekse yazının baş tarafında kullanılan görselde herhangi bir sağlık kuruluşunun isminin yer almadığı, herhangi bir ticari unvan, logo ya da markaya yer verilmediği, tedavilerle ilgili herhangi bir fiyat bildiriminde bulunulmadığı, herhangi bir internet sitesine, sağlık kuruluşuna yönlendirme yapılmadığı, belirli bir markanın övülmediği, öne çıkarılmadığı, dolayısıyla söz konusu yazıda reklam yapma iradesinin varlığına dair somut herhangi bir bulgunun mevcut olmadığı, dolayısıyla inceleme konusu yazının örtülü reklam yönüyle 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**5)**

**Dosya No: 2016/425**

**Şikayet Edilen: Yeni Medya Elektronik Yayıncılık Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.haberler.com adresli internet sitesinin 28.02.2016 tarihli görünümünde yer alan ***“Adler Koçluk Ekolü, Etkinliğini Artırarak Topluma Dokunacak”*** başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: www.haberler.com** adresli internet sitesinin 28.02.2016 tarihli görünümünde yer alan ***“Adler Koçluk Ekolü, Etkinliğini Artırarak Topluma Dokunacak”***  başlıklı yazıda;

*“Adler Ekolü'nden yola çıkarak* ***bireysel ve kurumsal koçluğun Türkiye'deki temellerini atan kurum olan Adler Central Europe, bugüne kadar bin 300 mezun verdi.***

***Dünya çapında her sektörden profesyonele kişisel gelişim ve koçluk eğitimi hizmeti veren Adler Central Europe****, merhum kurucu Ersin Günöy'ün vizyon ve misyonu ile yola devam ederek* ***İzmir'deki çalışmalarına hız veriyor. Kurum ayrıca, Adler Ekolünü üniversitelerle buluşturacak.***

*Adler Central Europe Genel Müdürü Ayşe Coral, kurumun mezunlarından aldığı güçle* ***özellikle İzmir'deki çalışmalarının yoğunlaştıracağını söyledi.***

*Bireysel ve kurumsal yaşamda fark yaratmak*

***Koçluk eğitimi alarak hayatlarında yeni bir sayfa ve farkındalık başlatmak isteyen her yaş ve meslek grubundan insana hitap eden Adler, iki farklı temel üzerinde duruyor.*** *Bir yandan koçluk okulu çatısı altında insanların ufuklarını açmalarında ve başkalarının hayatına dokunmalarında etkili olurken, kurumsal hizmetleri ile de kuruluşların yönetimsel yapılarında fark yaratmalarını ve kendilerini ileriye taşımalarına aracı oluyor.* ***Bireysel koçluk, takım koçluğu, kariyer koçluğu gibi hizmetler verdiklerini belirten Adler Central Europe Genel Müdürü Ayşe Coral, "Büyük holdinglere iç koçluk ve mentorluk sistemini kuruyoruz. Bunun dışında Koç gibi Lider isimli pozitif değişimle ve liderlik vasıflarının geliştirilmesi ile ilgili eğitim programımız var.*** *Kurumlarda* ***Anlaşmazlık Yönetimi eğitimimizle*** *de sorunlara başkasının pencesinden bakılması ile problemlerin etkin olarak çözümüne olanak veren bir sistem oturtabiliyoruz. Ayrıca* ***kurumların ihtiyaçlarına özel olarak dizayn ettiğimiz eğitim ve koçluk hizmetlerimizle*** *de destek veriyoruz" şeklinde konuştu.*

***Adler'de Koçluk eğitimi üç modülden oluşuyor.*** *Her modül beş gün sürüyor ve modül aralarında en az üç kişiye koçluk yapılması ve öğrenmelerin raporlanması gerekiyor.* ***İlk modül profesyonel koçluğun temelleri, ikinci modül iş ortamında koçluk ve araçlar, üçüncü modül ise usta koçluğa doğru ilerleme şeklinde gerçekleştiriliyor.***

***İzmir'de eğitimler artacak***

*Profesyonel ve adanmış bir ekiple Adler'i ve temsil ettiği ekolü bir adım ileri götürmeye çalıştıklarını belirten Coral, insanlara dokunmayı ve mümkün olduğunca toplumu birleştirici, bütünleştirici ve anlayışın hakim olduğu insanların yetişmesine katkıda bulunmayı amaç edindiklerini ifade etti. Bu anlamda etkinliklerini ve çalışmalarını yoğunlaştıracaklarını sözlerine ekleyen Coral,* ***"İzmir'deki eğitimlerimizi yoğunlaştıracağız. Bundan sonraki projemiz üniversitelerle ilgili. Toplumun geleceği olan üniversite gençliğine gönüllü koçluk çalışmalarımız olacak.*** *Hem üniversite öğrencilere destek olmak, hem de kendi koçluk öğrencilerimizin tecrübe kazanması adına anlamlı bir proje olacak. Biz de böylece topluma dokunmuş oluyoruz. Bu projelerimizi artırmak ilk hedefimiz" dedi.*

***"Koç olmak isteyenler iyi araştırmalı"***

*Koç olmak isteyen kişilere de tavsiyelerde bulunan Ayşe Coral, "Özellikle eğitimin alınacağı kurumun çok iyi araştırılması gerekir. Eğitim içeriğine, kullanılan kaynak, yöntem ve teorilere dikkat edilmeli. Seçici olmak lazım.* ***En önemlisi ise Uluslararası Koçluk Federasyonu (ICF) onaylı bir kurum olması olmazsa olmazdır. Koçluk mesleği ve koçluk eğitimi süistimale çok açık alanlar olması sebebiyle ICF akreditasyonunun hayati önemi bulunuyor****" diye konuştu.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: www.haberler.com** adresli internet sitesinin 28/02/2016 tarihli görünümünde yer alan ***“Adler Koçluk Ekolü, Etkinliğini Artırarak Topluma Dokunacak”***  başlıklı yazıda;

*“Adler Ekolü'nden yola çıkarak* ***bireysel ve kurumsal koçluğun Türkiye'deki temellerini atan kurum olan Adler Central Europe, bugüne kadar bin 300 mezun verdi.***

***Dünya çapında her sektörden profesyonele kişisel gelişim ve koçluk eğitimi hizmeti veren Adler Central Europe****, merhum kurucu Ersin Günöy'ün vizyon ve misyonu ile yola devam ederek* ***İzmir'deki çalışmalarına hız veriyor. Kurum ayrıca, Adler Ekolünü üniversitelerle buluşturacak.***

*Adler Central Europe Genel Müdürü Ayşe Coral, kurumun mezunlarından aldığı güçle* ***özellikle İzmir'deki çalışmalarının yoğunlaştıracağını söyledi.***

*Bireysel ve kurumsal yaşamda fark yaratmak*

***Koçluk eğitimi alarak hayatlarında yeni bir sayfa ve farkındalık başlatmak isteyen her yaş ve meslek grubundan insana hitap eden Adler, iki farklı temel üzerinde duruyor.*** *Bir yandan koçluk okulu çatısı altında insanların ufuklarını açmalarında ve başkalarının hayatına dokunmalarında etkili olurken, kurumsal hizmetleri ile de kuruluşların yönetimsel yapılarında fark yaratmalarını ve kendilerini ileriye taşımalarına aracı oluyor.* ***Bireysel koçluk, takım koçluğu, kariyer koçluğu gibi hizmetler verdiklerini belirten Adler Central Europe Genel Müdürü Ayşe Coral, "Büyük holdinglere iç koçluk ve mentorluk sistemini kuruyoruz. Bunun dışında Koç gibi Lider isimli pozitif değişimle ve liderlik vasıflarının geliştirilmesi ile ilgili eğitim programımız var.*** *Kurumlarda* ***Anlaşmazlık Yönetimi eğitimimizle*** *de sorunlara başkasının pencesinden bakılması ile problemlerin etkin olarak çözümüne olanak veren bir sistem oturtabiliyoruz. Ayrıca* ***kurumların ihtiyaçlarına özel olarak dizayn ettiğimiz eğitim ve koçluk hizmetlerimizle*** *de destek veriyoruz" şeklinde konuştu.*

***Adler'de Koçluk eğitimi üç modülden oluşuyor.*** *Her modül beş gün sürüyor ve modül aralarında en az üç kişiye koçluk yapılması ve öğrenmelerin raporlanması gerekiyor.* ***İlk modül profesyonel koçluğun temelleri, ikinci modül iş ortamında koçluk ve araçlar, üçüncü modül ise usta koçluğa doğru ilerleme şeklinde gerçekleştiriliyor.***

***İzmir'de eğitimler artacak***

*Profesyonel ve adanmış bir ekiple Adler'i ve temsil ettiği ekolü bir adım ileri götürmeye çalıştıklarını belirten Coral, insanlara dokunmayı ve mümkün olduğunca toplumu birleştirici, bütünleştirici ve anlayışın hakim olduğu insanların yetişmesine katkıda bulunmayı amaç edindiklerini ifade etti. Bu anlamda etkinliklerini ve çalışmalarını yoğunlaştıracaklarını sözlerine ekleyen Coral,* ***"İzmir'deki eğitimlerimizi yoğunlaştıracağız. Bundan sonraki projemiz üniversitelerle ilgili. Toplumun geleceği olan üniversite gençliğine gönüllü koçluk çalışmalarımız olacak.*** *Hem üniversite öğrencilere destek olmak, hem de kendi koçluk öğrencilerimizin tecrübe kazanması adına anlamlı bir proje olacak. Biz de böylece topluma dokunmuş oluyoruz. Bu projelerimizi artırmak ilk hedefimiz" dedi.*

***"Koç olmak isteyenler iyi araştırmalı"***

*Koç olmak isteyen kişilere de tavsiyelerde bulunan Ayşe Coral, "Özellikle eğitimin alınacağı kurumun çok iyi araştırılması gerekir. Eğitim içeriğine, kullanılan kaynak, yöntem ve teorilere dikkat edilmeli. Seçici olmak lazım.* ***En önemlisi ise Uluslararası Koçluk Federasyonu (ICF) onaylı bir kurum olması olmazsa olmazdır. Koçluk mesleği ve koçluk eğitimi süistimale çok açık alanlar olması sebebiyle ICF akreditasyonunun hayati önemi bulunuyor****" diye konuştu.”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

**Söz konusu yazıda kalın harflerle belirtilen ifadeler ile “Adler Central Europe” isimli kişisel gelişim ve koçluk eğitimi hizmeti veren kuruma yönelik atıfların ve verilen bilgilerin adı geçen kurumu ve verdiği hizmetleri övücü, imajını yükseltici ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, böylelikle haber görünümü altında bahsi geçen kurumun ve verdiği hizmetlerin örtülü reklamının yapıldığı,** bu durumun,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, mecra kuruluşu **Yeni Medya Elektronik Yayıncılık Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**6)**

**Dosya No: 2016/1515**

**Şikayet Edilen: Doğan Gazetecilik A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.posta.com.tr adresli internet sitesinin 04.05.2016 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen *“Kol estetiğinde son moda; Liposhaping”* başlıklı yazı.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.05.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.posta.com.tr](http://www.posta.com.tr) adresli internet sitesinin 04.05.2016 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen *“ OP. DR.UĞUR DİKMEN ANLATTI… Kolların üst tarafı için uygulanan yöntemin adı liposhaping …* *Transmed Saç & Kozmetik Cerrahi Kliniği’nden Op. Dr. Uğur Dikmen liposhaping işlemi ve ilgili bölgeye uygulanabilecek tedavi hakkında bilinmesi gerekenleri bizimle paylaştı… Ağrılı ve uzun süreli bir tedavi sonrası iyileşme periyodu gerektiren bu yöntemle istenmeyen yara izleri oluşurdu. Liposhaping denilen uygulama ile minimal kanüllerle küçük deliklerden girilerek yağın vakum ile alınması ve böylece vücut şeklinin düzeltilmesi, plastik cerrahiye yeni bir soluk getirmiştir...Liposhaping il eliposuction arasındaki fark nedir?Liposhanping işleminde lokal anestezi kullanılır. Bu sayede, liposuction yönteminden daha güvenli ve risksiz sayılır. Liposhaping ile sadece istediğiniz bölgedeki yağlardan kurtulabileceğiniz için, vücudunuzun şeklini değiştirmek mümkündür. Seans sonunda ayağa kalkıp normal hayatınıza dönebilirsiniz. Ayrıca milimetrik kesilerden girilerek çalışıldığı için deride iz kalmaz.*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.posta.com.tr](http://www.posta.com.tr) adresli internet sitesinin 04.05.2016 tarihli görünümünde yer aldığı tespit edilen *“* ***OP. DR.UĞUR DİKMEN ANLATTI****… Kolların üst tarafı için uygulanan yöntemin adı liposhaping …* ***Transmed Saç & Kozmetik Cerrahi Kliniği’nden Op. Dr. Uğur Dikmen liposhaping işlemi ve ilgili bölgeye uygulanabilecek tedavi hakkında bilinmesi gerekenleri bizimle paylaştı…*** *Ağrılı ve uzun süreli bir tedavi sonrası iyileşme periyodu gerektiren bu yöntemle istenmeyen yara izleri oluşurdu.* ***Liposhaping denilen uygulama ile minimal kanüllerle küçük deliklerden girilerek yağın vakum ile alınması ve böylece vücut şeklinin düzeltilmesi, plastik cerrahiye yeni bir soluk getirmiştir****...****Liposhaping il eliposuction arasındaki fark nedir?Liposhanping işleminde lokal anestezi kullanılır. Bu sayede, liposuction yönteminden daha güvenli ve risksiz sayılır.*** *Liposhaping ile sadece istediğiniz bölgedeki yağlardan kurtulabileceğiniz için, vücudunuzun şeklini değiştirmek mümkündür. Seans sonunda ayağa kalkıp normal hayatınıza dönebilirsiniz. Ayrıca milimetrik kesilerden girilerek çalışıldığı için deride iz kalmaz.*”ifadelerine yer verildiği**,**

 Söz konusu yazıda yer alan ifadeler ile Dr.Uğur Dikmen tarafından uygulanan liposhaping isimli tedavi yönteminin talep yaratıcı ifadelerle övünerek tanıtıldığı ve haber görünümü altında DR. Uğur Dikmen ve Transmed Saç & Kozmetik Cerrahi Kliniği isimli özel sağlık kuruluşunun örtülü reklamının yapıldığı, bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**7)**

**Dosya No: 2016/192**

**Şikayet Edilen: Duru Pazarlama – Özkan HASPOLAT**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Halk TV”* isimli televizyon kanalında yayınlanan ***“Luma Smile Diş Beyazlatma Makinesi”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından 14.01.2016 tarihinde ***“Halk TV”***isimli televizyon kanalında 20:50 – 21:00 saatleri arasında yayınlanan tanıtımlarda; *“Pahalı diş beyazlatma yöntemlerini unutun. Diş aralarındaki koyu lekeleri unutun. İddia ediyoruz bembeyaz, tertemiz, bakımlı dişlere sahip olacaksınız. Üstelik doktora gitmeden, üstelik korkmadan ve acıtmadan, tonla para ödemeden üstelik evde kendi başınıza. Döner başlığı ve cilası sayesinde dişçinizden çıkarken doktorunuzun size vermiş olduğu temizlik ve ferahlık hissini devam ettirir. Size, dişçinizi unutturmaya geliyoruz. Diş fırçalarını unutturmaya geliyoruz. Hazır mısınız? Gördüklerinize inanamayacaksınız. Türkiye’de bir ilk. Luma Smile ile günde sadece 5 dakika ayırarak kusursuz bir gülümsemeye sahip olacaksınız. – Sarı lekeleri söküp atmaya, genç ve ışıl ışıl bir görünümün geri gelmesine yardımcı olur. Bu güvenilir ürün hassasiyete neden olmaz ve keyifli bir deneyim yaşayabilirsiniz. Luma Smile sanki dişçide temizlenmiş gibi temizlik hissi veren, şarjlı, kablosuz, motorlu ve lazer özelliğe sahip dünyanın en ufak diş temizleme aparatıdır. Işıl ışıl dişler ve güzel bir gülümseme bu ürün sayesinde. Mükemmel bir etki, gülümsemem daha önce hiç olmadığı kadar parlak. Bana dişçimin verdiği ferahlığı veriyor ve kahve lekeleri gidiyor. Kendinize olan güveninize yeniden kavuşacaksınız. Dişlerinizdeki kahve çay ve sigara lekeleri tarih oluyor. Geriye ışıl ışıl parlayan dişler kalıyor. Luma Smile ışığı ve 5 adet kauçuk başlığı 160 TL yerine sadece 49,90 TL. İnanılmaz fiyat. Bu ürün sadece bu ekranda. Şok fiyat. Beyazlatma cilası hediye. Üstelik arayan ilk 50 kişiye de diş doktorlarının uyguladığı özel diş parlatma cilası hediye. Arayın. Ailenizle birlikte kullanacağınız 5 adet kauçuk başlığı ve diş parlatma cilası içeren Luma Smile seti kapınıza kadar gönderelim. Luma Smile döner başlığı ve cilası sayesinde dişçinizden çıkarken temizlik ve ferahlık hissini devam ettirir. Luma Smile’ın sırrı ise zorlu lekeleri yumuşak bir şekilde çıkaran özel kauçuk başlıklarıdır. Özel tasarlanmış ışığıyla lekeleri kolayca yakın plan görmenizi sağlar. Luma Smile yıllardır oluşmuş olsalar bile çay, kahve, sigara gibi lekeleri kolayca söker atar. Beyaza çevirir ve parlatır. Tüm lekeleri söküp atmaya yarar ve güzel bir gülüş sağlar. Bu güvenli ürün dişlerinizde hassasiyete neden olmaz. Fırçalamak yerine daha kısa bir sürede sadece 5 dakikada daha parlak ve daha beyaz dişler ortaya çıkar. Luma Smile dişlerinizi beyazlatmanın güvenilir ve etkili bir yoludur. Lazerli beyazlama ekipmanları pahalıya mal olabilir. Luma Smile kullandıktan birkaç dakika sonra dişlerinizin parladığını kendi gözlerinizle göreceksiniz. Orijinal ürün. 0 212 945 1 222. Ekranda gördüğünüz numaralardan bize ulaştığınız takdirde Luma Smile cihazınızı 5 adet kauçuk başlığı ve özel beyazlatıcı cilası ile kapınıza kadar gönderiyoruz. Diş beyazlatmak için kliniklere tonla para ödemeye son. Luma Smile ile seyyar kliniğinizin sahibi olun. Sigara içenler, sigaraya bağlı diş sararması ve lekelerine artık son!.. Çay ve kahveye bağlı diş sararmalarınıza ve lekelerine, tartar ve diş taşlarına artık Luma Smile ile son. Luma Smile dişlerinizi tertemiz yapacak. İşte Luma Smile kullanıcıları: Işıl ışıl dişler ve güzel bir gülümseme onun sayesinde. Mükemmel bir etki. Gülümsemem daha önce hiç olmadığı kadar parlak. Bana dişçimin verdiği ferahlığı veriyor ve kahve lekeleri gidiyor. Dişlerinizi evde cilalamanın güzel bir ferahlığı ve güzel, beyaz bir gülümsemenin güvenilir ve etkin yolu”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından 14.01.2016 tarihinde ***“Halk TV”***isimli televizyon kanalında 20:50 – 21:00 saatleri arasında yayınlanan tanıtımlarda yer verilen; *“Pahalı diş beyazlatma yöntemlerini unutun. Diş aralarındaki koyu lekeleri unutun. İddia ediyoruz bembeyaz, tertemiz, bakımlı dişlere sahip olacaksınız. Üstelik doktora gitmeden, üstelik korkmadan ve acıtmadan, tonla para ödemeden üstelik evde kendi başınıza. Döner başlığı ve cilası sayesinde dişçinizden çıkarken doktorunuzun size vermiş olduğu temizlik ve ferahlık hissini devam ettirir. Size, dişçinizi unutturmaya geliyoruz. Diş fırçalarını unutturmaya geliyoruz. Hazır mısınız? Gördüklerinize inanamayacaksınız. Türkiye’de bir ilk. Luma Smile ile günde sadece 5 dakika ayırarak kusursuz bir gülümsemeye sahip olacaksınız. – Sarı lekeleri söküp atmaya, genç ve ışıl ışıl bir görünümün geri gelmesine yardımcı olur. Bu güvenilir ürün hassasiyete neden olmaz ve keyifli bir deneyim yaşayabilirsiniz. Luma Smile sanki dişçide temizlenmiş gibi temizlik hissi veren, şarjlı, kablosuz, motorlu ve lazer özelliğe sahip dünyanın en ufak diş temizleme aparatıdır. Işıl ışıl dişler ve güzel bir gülümseme bu ürün sayesinde. Mükemmel bir etki, gülümsemem daha önce hiç olmadığı kadar parlak. Bana dişçimin verdiği ferahlığı veriyor ve kahve lekeleri gidiyor. Kendinize olan güveninize yeniden kavuşacaksınız. Dişlerinizdeki kahve çay ve sigara lekeleri tarih oluyor. Geriye ışıl ışıl parlayan dişler kalıyor. Luma Smile ışığı ve 5 adet kauçuk başlığı 160 TL yerine sadece 49,90 TL. İnanılmaz fiyat. Bu ürün sadece bu ekranda. Şok fiyat. Beyazlatma cilası hediye. Üstelik arayan ilk 50 kişiye de diş doktorlarının uyguladığı özel diş parlatma cilası hediye. Arayın. Ailenizle birlikte kullanacağınız 5 adet kauçuk başlığı ve diş parlatma cilası içeren Luma Smile seti kapınıza kadar gönderelim. Luma Smile döner başlığı ve cilası sayesinde dişçinizden çıkarken temizlik ve ferahlık hissini devam ettirir. Luma Smile’ın sırrı ise zorlu lekeleri yumuşak bir şekilde çıkaran özel kauçuk başlıklarıdır. Özel tasarlanmış ışığıyla lekeleri kolayca yakın plan görmenizi sağlar. Luma Smile yıllardır oluşmuş olsalar bile çay, kahve, sigara gibi lekeleri kolayca söker atar. Beyaza çevirir ve parlatır. Tüm lekeleri söküp atmaya yarar ve güzel bir gülüş sağlar. Bu güvenli ürün dişlerinizde hassasiyete neden olmaz. Fırçalamak yerine daha kısa bir sürede sadece 5 dakikada daha parlak ve daha beyaz dişler ortaya çıkar. Luma Smile dişlerinizi beyazlatmanın güvenilir ve etkili bir yoludur. Lazerli beyazlama ekipmanları pahalıya mal olabilir. Luma Smile kullandıktan birkaç dakika sonra dişlerinizin parladığını kendi gözlerinizle göreceksiniz. Orijinal ürün. 0 212 945 1 222. Ekranda gördüğünüz numaralardan bize ulaştığınız takdirde Luma Smile cihazınızı 5 adet kauçuk başlığı ve özel beyazlatıcı cilası ile kapınıza kadar gönderiyoruz. Diş beyazlatmak için kliniklere tonla para ödemeye son. Luma Smile ile seyyar kliniğinizin sahibi olun. Sigara içenler, sigaraya bağlı diş sararması ve lekelerine artık son!.. Çay ve kahveye bağlı diş sararmalarınıza ve lekelerine, tartar ve diş taşlarına artık Luma Smile ile son. Luma Smile dişlerinizi tertemiz yapacak. İşte Luma Smile kullanıcıları: Işıl ışıl dişler ve güzel bir gülümseme onun sayesinde. Mükemmel bir etki. Gülümsemem daha önce hiç olmadığı kadar parlak. Bana dişçimin verdiği ferahlığı veriyor ve kahve lekeleri gidiyor. Dişlerinizi evde cilalamanın güzel bir ferahlığı ve güzel, beyaz bir gülümsemenin güvenilir ve etkin yolu”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Diğer taraftan, söz konusu televizyon reklamlarında; *“Üstelik arayan ilk 50 kişiye de diş doktorlarının uyguladığı özel diş parlatma cilası hediye. Arayın. Ailenizle birlikte kullanacağınız 5 adet kauçuk başlığı ve diş parlatma cilası içeren Luma Smile seti kapınıza kadar gönderelim”* ifadelerine yer verilmesine karşın, hediye edilecek ürünlerin piyasa değeri belirtilmeyerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bununla birlikte, söz konusu tanıtımlarda yer verilen “*Pahalı diş beyazlatma yöntemlerini unutun… Üstelik doktora gitmeden, üstelik korkmadan ve acıtmadan, tonla para ödemeden üstelik evde kendi başınıza… Size, dişçinizi unutturmaya geliyoruz. Diş fırçalarını unutturmaya geliyoruz. Hazır mısınız?”* ifadeleri ile diş hekimleri tarafından verilen benzer nitelikteki hizmetlerin kötülendiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8; 8; 9; 10; 15; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Duru Pazarlama – Özkan HASPOLAT** 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** verilmesinekarar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2015/1692**

**Şikayet Edilen: Omega Pharma Kişisel Bakım Ürünleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.sebamed.com.tr](http://www.sebamed.com.tr) adresli internet sitesinde, ürün kataloglarında, broşürlerde, televizyon kanallarında ve ürün ambalajlarında yapılan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.11.2015,07.11.2015,07.12.2015**,** 19.02.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Broşür, Ambalaj

**Tespitler:** [www.sebamed.com.tr](http://www.sebamed.com.tr) adresli internet sitesinde **“Sebamed Q10 Göz Altı Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. ciltteki tahrişi giderir. Tedaviyi destekleyici cilt bakımı sağlar. Sağlıklı ciltte olduğu gibi, 5.5 pH değeri taşır.28 gün devam eden testlerde, kırışıklıklarda ortalama %32 azalma sağlamıştır. Cildi yoğun bir şekilde nemlendirir, yumuşatır, ciltteki tahrişi giderir.5.5 pH değeri cildin bariyer işlevini korur. Tahriş eden ve alerji yapan maddelere karşı cildi korur. Cilt üzerindeki etkisi ve cildin tolerasyonu dermatolojik ve oftalmolojik olarak test edilmiştir. Özellikle hassas ciltler için erken yaşlanmaya karşı kullanım uygundur”* ifadelerine, **“Sebamed Kompakt”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Cildi yumuşatır, yeniler, serbest radikallerin oluşmasını engeller. Kullanım alanı: Cilt enfeksiyonları, akne, atopik egzama, psöriyazis (sedef hastalığı), kontakt dermatit ve deri mikozunda tedaviyi destekleyici cilt bakımı için kullanımı klinik olarak test edilmiştir. Sağlıklı cilt gibi 5.5 pH değeri taşır. Koruyucu içermez. Sabun ve alkali içermez. Gözenekleri derinlemesine temizler. Cildi yumuşatır, yeniler, serbest radikallerin oluşmasını engeller”* ifadelerine,**“Sebamed Pişik Önleyici Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Kullanım alanı: Narin bez bölgesinin korunması ve pişik tedavisine yardımcı olarak kullanılır. Atopik egzema gibi aşırı hassas veya kuru cilt durumlarında kullanılabilir Nitro-mokus bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Koruyucu içermez. Paraben içermez. Özellikler: Pişik semptomlarında derinin korunmasına yardımcı olur. Pişikli cilt üzerindeki etkisi klinik çalışmada gösterilmiştir. Kullanım alanı: Narin bez bölgesinin korunması ve pişik tedavisine yardımcı olarak kullanılır. Dermatolojik/ klinik olarak test edilmiştir”* ifadelerine*,* **“Sebamed Q10 Vücut Losyonu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Kullanım alanı: Yaşın ilerlemesiyle ciltte oluşan değişimleri telafi etmek üzere tasarlanmıştır. Sağlıklı ciltte olduğu gibi, 5.5 Ph değeri taşır. 3 haftalık kullanım sonucunda, kullananların %93’ünde, %58 oranında sıkılaşma sağlandığı kanıtlanmıştır. Cildin nem dengesini korur. Yağ kalıntısı bırakmadan hızla emilir. Etkinliği klinik olarak test edilmiştir. Kullanım alanı: Yaşın ilerlemesiyle ciltte oluşan değişimleri telafi etmek üzere tasarlanmıştır.”* ifadelerine, **“Sebamed Çatlak Karşıtı Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Kullanım alanı: Gebelik sırasında oluşan gerilme izleri için tasarlanmıştır. Gebelik, doğum sonrası, obezite, diyet ve strese bağlı durumlarda, gerilme izi tedavisi ve önlenmesi için kullanılabilir. Ayrıca zayıflama, obezite, mezoterapi, liposuction, meme büyütme ile küçültme girişimlerinde gerilme izlerinin önlenmesine yardım eder. Sağlıklı ciltte olduğu gibi, 5.5 pH değeri taşır. Gebelik sırasında oluşan gerilme izlerini önlemeye ve azaltmaya yardım eder. Bağ dokusunun onarımına destek olur, cilde etkili bakım ve koruma sağlar. Bağ dokusu yapısının, fazla zarar görmeden vücut hacim değişimine daha iyi uyum sağlamasına yardımcı olur. Sonogramlarla uyumludur, giysilerde leke oluşturmaz. Benzersiz TRIPLE SOFT formülüne sahiptir; avokado ve shea yağı ile centella asiatica özü ve peptid içerir. Paraben, mineral yağlar. Klinik ve dermatolojik olarak test edilmiştir*.*.*” ifadelerine, **“Sebamed Likit Yüz Ve Vücut”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunu destekler ve korur. Sağlıklı cilt gibi 5.5 pH değeri taşır. Cildi yumuşatır, pürüzsüzleştirir ve yeniler. Sabun ve alkali içermez. Kullanım alanı: Cilt enfeksiyonları, akne, atopik egzama, psöriyazis (sedef hastalığı), kontakt dermatit ve deri mikozunda tedaviyi destekleyici cilt bakımı için kullanımı klinik olarak test edilmiştir. Gözenekleri derinlemesine ve nazikçe temizler. Cilt tarafından iyi tolere edilir. Cildi yumuşatır, pürüzsüzleştirir ve yeniler. Sabun ve alkali içermez ”* ifadelerine,**“Sebamed Vücut Sütü”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Bileşiğindeki %30 oranındaki yağ içeriği, hidrolipid dengesini onararak cildi besler. D-pantenol tahrişi azaltır ve nemlendirici etkiyi artırır. Esnekliğini artırarak kuru cildi yeniler ve yumuşatır.*” ifadelerine, **“Sebamed Koruyucu Yüz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Bebeğin yüz bakımını yapar, narin cildinin direncini de artırır. 5.5 pH değeri ile asit manto gelişimini desteklediği klinik olarak kanıtlanmıştır. Ağızdan salya akmasına bağlı tahrişe karşı korur, tahriş olmuş cildi rahatlatır ve yeniler. Zararlı çevresel etkilere karşı savunma sağlar. Bebeğin yüz bakımını yapar, narin cildinin direncini de artırır. Nitro-misk bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Paraben içermez. Kullanım alanı: Narin yüz cildinin korunması için uygundur. Kuru ciltlerde kullanılabilir. Salyanın neden olduğu tahrişi giderir. Dermatolojik / klinik olarak test edilmiştir*” ifadelerine, **“Sebamed Q10 Koruma Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Cildi 24 saat boyunca korur ve yeniler. Cilt bariyerini destekleyen, kurumasını engelleyen, esneklik sağlayan, tahrişi azaltan bakım sağlar. Yağ dengesini takviye ederek cildi yumuşak ve pürüzsüz yapar, yenilenmesine yardımcı olur. Tahriş eden ve alerji yapan maddelere karşı korur. Kullanım alanı: Özellikle hassas ciltler için erken yaşlanmaya karşı kullanımı uygundur. Yaşın ilerlemesiyle ciltte oluşan değişimleri telafi etmek üzere tasarlanmıştır. Tedaviyi destekleyici cilt bakımı sağlar Sağlıklı ciltte olduğu gibi, 5.5 pH değeri taşır.5.5 pH değeri kremin nemlendirici etkisini artırır. Yağ kalıntısı bırakmadan hızla emilir. Klinik olarak test edilmiştir.*” ifadelerine, **“Sebamed Bebek Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Nitro-mokus bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Koruyucu içermez. Paraben içermez. Kullanım alanı: Özellikle pişik oluşumunu önlemek için uygundur. Dermatolojik olarak test edilmiştir.*” ifadelerine, **“Sebamed Bebek Banyo Köpüğü”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*5.5 pH değeri ile asit manto gelişimini desteklediği klinik olarak kanıtlanmıştır. Nitro-misk bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Paraben içermez. Sabun ve alkali içermez. Yumuşak ve kontrollü köpüğüyle cildi kurutmadan hassas bir şekilde temizler. Nazik bebek cildini yumuşatır, nemlendirir; tahrişten korur. Tensid (yüzey aktif içerikler) içeriğiyle çok hafif ve göz yaşartmayan formüle sahiptir. Dermatolojik olarak test edilmiştir*” ifadelerine, **“Sebamed İntim Likti Menopoz Sonrası Ph 6.8”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Hastalığa sebebiyet veren mikroorganizmalara karşı koruma sağlar. Mukus ekosistemin fizyolojik dengesinin korunmasına yardım eder. İçeriğindeki doğal rahatlatıcı ve yenileme özellikleri olan hamamelis virginiana ile birlikte d-panthnol, tahrişi giderir ve vulvanın fizyolojik ortamını onarır. Nazik yıkamayla hijyen sağlayan doğal ve yumuşak etkin bileşikten oluşur. Menopoz sırasında 6.8 pH değerine ulaşan genital asit mantosuna uygun şekilde 6.8 pH değeri taşır. Sabun ve alkali içermez.”* ifadelerine, diğer taraftan ***“Sağlıklı Cilt İçin Bilim”*** başlıklı ürün kataloğunda **“Çatlak Karşıtı Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Mevcut çatlakların giderilmesine yardımcı olur. Bağ dokusunu destekler*. *3 etkili yumuşak formülü ile çatlakların oluşumunu önler* ” ifadelerine, ayrıca ***“Baby Sebamed”*** başlıklı ürün kataloğunda yer alan **“Bebe Kompakt Ph 5.5”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Sabun ve alkali içermeyen hassas temizlik sağlar, kuruma ve tahrişe neden olmaz. Dermatolojik ve klinik olarak test edilmiştir. Doğal nemlendiriciler, vitamin ve cildin yenilenmesine yardımcı panthenol ile formülü zenginleştirilmiştir*” ifadelerine, **“Ekstra Yumuşak Bebek Kremi Ph 5.5”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“%42 lipid içeriği ve doğal nemlendiriciler, cildin yenilenmesine yardımcı olan panthenol, rahatlatan papatya özü ve allantoinle zenginleştirilmiş özel formül*” ifadelerine, **“Koruyucu Yüz Kremi” i**simli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğal nemlendiriciler, hyalüronik asit, allantoin ve cildin yenilenmesine yardımcı panthenol ile zenginleştirilmiştir. Dermatolojik ve klinik olarak test edilmiştir.”* ifadelerine, ***“Baby Sebamed- İlk günden İtibaren En İyi Koruma”*** başlıklı broşürde yer alan **“Bebek / Çocuk Şampuanı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda “*Bebeğinizin saç derisine uygun Ph 5.5 değeri sayesinde, saç derisinin bakteri ve mantarlara karşı koruyucu asit örtüsünün gelişimini destekler. Extra yumuşak formülü ve papatya extresi sayesinde bebeğin narin saçlarına ipeksi bir yumuşaklık vererek temizler, tahriş ve konak oluşumunu önler”* ifadelerine*,* **“Bebek Losyonu”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Allantoin, hücre yenilenmesini hızlandırır. Ph 5.5 sayesinde cildin koruyucu asit örtüsünün gelişmesine yardımcı olur. Bebeğinizin saç derisine uygun Ph 5.5 değeri sayesinde, saç derisinin bakteri ve mantarlara karşı koruyucu asit örtüsünün gelişimini destekler. Extra yumuşak formülü ve papatya extresi sayesinde bebeğin narin saçlarına ipeksi bir yumuşaklık vererek temizler, tahriş ve konak oluşumunu önler.% 100 sabun ve alkali içermeyen formülüyle mükemmel cilt toleransı sağlar.”* ifadelerine,**“Bebek Kremi Ektra Soft Pişik Tedavi Edici Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Ph 5.5 değeri sayesinde cildin koruyucu asit örtüsünün gelişmesine yardımcı olur. İçerdiği pantenol ve papatya ekstresi sayesinde cildi yumuşatır, tahrişlere karşı dayanıklılığını artırır. Çinko oksit içermez ve gözenekleri tıkamaz.”* ifadelerine,**“Pişik Önleyici Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Zengin yağ içinde su emülsiyonu formülü, ph 5.5 değeri ile oluşmuş olan pişiğin tedavisine yardımcı olur.%36 lipit, yoğun koruyucu lesitin ve squalene içeriği ile zarar görmüş cildi tedavi eder.”* ifadelerine,***“*Bebek Yağı”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Maserasyonların tedavisine yardımcı olur. Papatya ekstresi ile cildi yumuşatır, tahrişleri giderir, e vitamini ile cilt hücrelerini koruyarak bakımını yapar.”* ifadelerine,**“Bebek Güneş Koruyucu Losyon SPF 20-50+ Krem SPF 20-50+ VE Sprey SPF 50+”**isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Çok etkili güneş koruma filtreleri, zararlı UVA ve UVB ışınlarını emer ve E vitaminin serbest radikalleri nötralize etme etkisi sayesinde, güneş yanıklarına engel olur.”* İfadelerine, **“Özel Pişik Tedavi Edici Krem”** isimli ürün ambalajında *“Bisabolol sayesinde tahrişi yatıştırır. Yüksek orandaki panthenol, tedavi sürecini hızlandırır. Pişiği önlemeye yardımcı olur. İlk günden itibaren en etkin koruma”*  ifadelerine, **“Sebamed Koruyucu ve Tedaviye Yardımcı Merhem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin asit mantosunu destekler ve korur. Sağlıklı ciltte olduğu gibi, 5.5 pH değeri taşır. Renklendirici içermez. Hasar görmüş cildin çevresinde koruyucu bir film tabakası oluşturur. Cilt yüzeyini koruyup doğal iyileşme sürecini desteklerken cildin nefes almasını sağlar, cildi tahriş etmez. Cildin yenilenmesini tetikleyerek cildi kuruma ve çatlamalardan korur. Yaranın kapanmasına yardımcı olarak narin yeni deri dokusunun oluşumuna yardımcı olur. İyileşme sürecini olumsuz etkileyebilecek dış etkilere karşı cildi korur. Cildin stresini azaltır. Klinik olarak test edilmiştir. Deriye yapışmaz. Kullanım alanı: Yüzeysel cilt yaralanmalarında yaralı deri ve çevresine doğrudan uygulanır. Günlük bakım, yoğun kanamanın görünmediği yaraların temizliği ve minör yanıklarda tedaviye destek olarak kullanılabilir. Çocuklarda da kullanılabilir.”* ifadelerine, muhtelif televizyon kanallarında **“Baby Sebamed Ph 5.5”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda; *“Siz de benzersiz formüllü dermatolog onaylı “Baby Sebamed” ürünlerini kullanın. Bebeğinizin cilt gelişimini ilk günden itibaren destekleyin. Sebamed cildinin geleceği ona emanet. Paraben içermez. Boya içermez. Sabun içermez. Alman Sebapharma Laboratuvarlarında geliştirildi. Dermatolog onaylı.*” ifadelerine, **“Sebamed Koruyucu ve Tedaviye Yardımcı Merhem”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda; “*Sebamed Koruyucu ve Tedaviye Yardımcı Merhem üçlü etkili formülüyle yaraların onarılmasını destekler. Sebamed W+S Merhem teknik dosya 2010.Dermatolog onaylı. İlaç değildir. Ce sertifikalı ııb tıbbi cihazdır”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.sebamed.com.tr](http://www.sebamed.com.tr) adresli internet sitesinde **“Sebamed Q10 Göz Altı Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Ciltteki tahrişi giderir. Tahriş eden ve alerji yapan maddelere karşı cildi korur. Tedaviyi destekleyici cilt bakımı sağlar.”* ifadelerine, **“Sebamed Kompakt”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Cildi yumuşatır, yeniler, serbest radikallerin oluşmasını engeller. Kullanım alanı: Cilt enfeksiyonları, akne, atopik egzama, psöriyazis (sedef hastalığı), kontakt dermatit ve deri mikozunda tedaviyi destekleyici cilt bakımı için kullanımı klinik olarak test edilmiştir”* ifadelerine,**“Sebamed Pişik Önleyici Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda*; “Kullanım alanı: Narin bez bölgesinin korunması ve pişik tedavisine yardımcı olarak kullanılır. Atopik egzema gibi aşırı hassas veya kuru cilt durumlarında kullanılabilir”* ifadelerine*,* **“Sebamed Q10 Vücut Losyonu”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Kullanım alanı: Yaşın ilerlemesiyle ciltte oluşan değişimleri telafi etmek üzere tasarlanmıştır.”* ifadelerine, **“Sebamed Çatlak Karşıtı Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Gebelik sırasında oluşan gerilme izlerini önlemeye ve azaltmaya yardım eder. Bağ dokusunun onarımına destek olur, cilde etkili bakım ve koruma sağlar. Bağ dokusu yapısının, fazla zarar görmeden vücut hacim değişimine daha iyi uyum sağlamasına yardımcı olur. Kullanım alanı: Gebelik sırasında oluşan gerilme izleri için tasarlanmıştır. Gebelik, doğum sonrası, obezite, diyet ve strese bağlı durumlarda, gerilme izi tedavisi ve önlenmesi için kullanılabilir. Ayrıca zayıflama, obezite, mezoterapi, liposuction, meme büyütme ile küçültme girişimlerinde gerilme izlerinin önlenmesine yardım eder.*” ifadelerine, **“Sebamed Likit Yüz Ve Vücut”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunu destekler ve korur. Cildi yumuşatır, pürüzsüzleştirir ve yeniler. Sabun ve alkali içermez. Kullanım alanı: Cilt enfeksiyonları, akne, atopik egzama, psöriyazis (sedef hastalığı), kontakt dermatit ve deri mikozunda tedaviyi destekleyici cilt bakımı için kullanımı klinik olarak test edilmiştir.”* ifadelerine,**“Sebamed Vücut Sütü”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Bileşiğindeki %30 oranındaki yağ içeriği, hidrolipid dengesini onararak cildi besler. D-pantenol tahrişi azaltır ve nemlendirici etkiyi artırır*” ifadelerine, **“Sebamed Koruyucu Yüz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “5.5 pH değeri ile *asit manto gelişimini desteklediği klinik olarak kanıtlanmıştır. Ağızdan salya akmasına bağlı tahrişe karşı korur, tahriş olmuş cildi rahatlatır ve yeniler. Kullanım alanı: Salyanın neden olduğu tahrişi giderir*” ifadelerine, **“Sebamed Q10 Koruma Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Cildi 24 saat boyunca korur ve yeniler. Cilt bariyerini destekleyen, kurumasını engelleyen, esneklik sağlayan, tahrişi azaltan bakım sağlar. Yağ dengesini takviye ederek cildi yumuşak ve pürüzsüz yapar, yenilenmesine yardımcı olur. Kullanım alanı: Özellikle hassas ciltler için erken yaşlanmaya karşı kullanımı uygundur. Yaşın ilerlemesiyle ciltte oluşan değişimleri telafi etmek üzere tasarlanmıştır. Tedaviyi destekleyici cilt bakımı sağlar*” ifadelerine, **“Sebamed Bebek Banyo Köpüğü”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*5.5 pH değeri ile asit manto gelişimini desteklediği klinik olarak kanıtlanmıştır.*” ifadelerine, **“Sebamed İntim Likti Menopoz Sonrası Ph 6.8”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Cildin asit mantosunun doğal bariyer fonksiyonunu destekler ve korur. Hastalığa sebebiyet veren mikroorganizmalara karşı koruma sağlar. Mukus ekosistemin fizyolojik dengesinin korunmasına yardım eder. İçeriğindeki doğal rahatlatıcı ve yenileme özellikleri olan hamamelis virginiana ile birlikte d-panthnol, tahrişi giderir ve vulvanın fizyolojik ortamını onarır.”* 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,

Bununla birlikte [www.sebamed.com.tr](http://www.sebamed.com.tr) adresli internet sitesinde **“Sebamed Koruyucu ve Tedaviye Yardımcı Merhem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Renklendirici içermez. …cildi tahriş etmez. Cildin yenilenmesini tetikleyerek cildi kuruma ve çatlamalardan korur. Yaranın kapanmasına yardımcı olarak narin yeni deri dokusunun oluşumuna yardımcı olur. Cildin stresini azaltır. Klinik olarak test edilmiştir. Kullanım alanı: Yüzeysel cilt yaralanmalarında yaralı deri ve çevresine doğrudan uygulanır. Günlük bakım, yoğun kanamanın görünmediği yaraların temizliği ve minör yanıklarda tedaviye destek olarak kullanılabilir”* ifadelerinin, **“Sebamed Kompakt”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Koruyucu içermez. Sabun ve alkali içermez”* ifadelerinin,**“Sebamed Pişik Önleyici Krem”**isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen*; “Nitro-mokus bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Koruyucu içermez. Paraben içermez”* ifadelerinin*,* **“Sebamed Çatlak Karşıtı Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Gebelik sırasında oluşan gerilme izlerini önlemeye ve azaltmaya yardım eder. Paraben, mineral yağlar, fitalat, alkol, bisfenol(BPA) ve hayvani etken madde içermez.”* ifadelerinin, **“Sebamed Likit Yüz Ve Vücut”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Sabun ve alkali içermez”* ifadelerinin,**“Sebamed Vücut Sütü”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Renklendirici katkı maddeleri içermez*” ifadelerinin, **“Sebamed Koruyucu Yüz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Nitro-misk bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Paraben içermez. Ağızdan salya akmasına bağlı tahrişe karşı korur. Zararlı çevresel etkilere karşı savunma sağlar. Kullanım alanı: Narin yüz cildinin korunması için uygundur. Kuru ciltlerde kullanılabilir. Dermatolojik / klinik olarak test edilmiştir.*” ifadelerinin, **“Sebamed Q10 Koruma Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*…tahrişi azaltan bakım sağlar. Tahriş eden ve alerji yapan maddelere karşı korur.*” ifadelerinin, **“Sebamed Bebek Yağı”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Nitro-mokus bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Koruyucu içermez. Paraben içermez. Dermatolojik olarak test edilmiştir.*” ifadelerinin, **“Sebamed Bebek Banyo Köpüğü”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Nitro-misk bileşikler, formaldehit, nitrozaminler, diyakson içermez. Renklendirici içermez. Paraben içermez. Sabun ve alkali içermez. …tahrişten korur.*” ifadelerinin, **“Sebamed İntim Likti Menopoz Sonrası Ph 6.8”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Sabun ve alkali içermez.”* ifadelerinin, diğer taraftan, **“Sağlıklı Cilt İçin Bilim”** başlıklı ürün kataloğunda **“Çatlak Karşıtı Krem”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*3 etkili yumuşak formülü ile çatlakların oluşumunu önler.*” ifadelerinin, ayrıca ***“Baby Sebamed”*** başlıklı ürün kataloğunda yer alan **“Bebe Kompakt Ph 5.5”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; “*Sabun ve alkali içermeyen hassas temizlik sağlar*” ifadelerinin, **“Koruyucu Yüz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Dermatolojik ve klinik olarak test edilmiştir”* ifadelerinin, ***“Baby Sebamed- İlk günden İtibaren En İyi Koruma”*** başlıklı broşürde yer ifadelerinin,**“Özel Pişik Tedavi Edici Krem”** isimli ürün ambalajında yer alan; *“Pişiği önlemeye yardımcı olur. İlk günden itibaren en etkin koruma”* ifadelerinin, muhtelif televizyon kanallarında yer alan **“Baby Sebamed Ph 5.5”** isimli ürüne ilişkin reklamlarda yer verilen; *“Paraben içermez. Boya içermez. Sabun içermez*” ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bununla birlikte,[www.sebamed.com.tr](http://www.sebamed.com.tr) adresli internet sitesinde ve ***“Sağlıklı Cilt İçin Bilim”*** başlıklı ürün kataloğunda **“Sebamed Koruyucu ve Tedaviye Yardımcı Merhem”** isimli ürünün tıbbi cihaz olduğu belirtilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

-Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

- Tıbbi Cihaz Satış, Reklam Ve Tanıtım Yönetmeliği’nin 15, 19 ve 28 inci maddeleri,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8; 9; 17; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**9)**

**Dosya No: 2015/1698**

**Şikayet Edilen: DBC Sağlık Ürünleri Ticaret Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.benev.com.tr](http://www.benev.com.tr) adresli internet sitesinde **“Pure Squalane Moisturizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yararları: Pul pul dökülen ciltleri nemlendirir, rahatlatır. Güneş yanığı sonrası iritasyonu azaltır İksir niteliğindeki zeytinden elde edilen %100 oranda doğal saf Squalane…”* ifadelerine, **“GF-DNA Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Genetik yaşlanmayı geri çevirir. Genetik yaşlanmayı yavaşlatır,... Arabidopsis Thalania enzimi, UV, sık hava yolculuğu, egzost dumanı vs. sebep olduğu cilt DNA hasarını onarır Derin kırışıklıkları azaltır, cilt elastikiyetini arttırır. Yararları: …cildin sağlıklı ve canlı görünmesine yardımcı olur. Derin çizgilerin açılmasına ve ince çizgilerin azalmasına yardımcı olur, cildi sıkılaştırır. En gelişmiş Anti-Aging topikal serumdur. Kullanım Şekli: Alın, kaz ayakları, t bölgesi, dudak üstü çizgilerinin azalmasında son derece etkilidir”* ifadelerine, **“Azalex Calming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yararları: Cildin yüzeyinde bulunan kılcal damarların görünümünü azaltır, yok eder. Düzenli kullanım 8 hafta sonucunda %41 Rozasea’da azalma sağlar. 12 hafta içerisinde Rozasea belirtileri gözle görülür şekilde yok olur.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.benev.com.tr](http://www.benev.com.tr) adresli internet sitesinde **“Pure Squalane Moisturizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yararları: Pul pul dökülen ciltleri nemlendirir, rahatlatır. Güneş yanığı sonrası iritasyonu azaltır”* ifadelerine, **“GF-DNA Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Genetik yaşlanmayı geri çevirir. Yararları: Genetik yaşlanmayı yavaşlatır,... Arabidopsis Thalania enzimi, UV, sık hava yolculuğu, egzost dumanı vs. sebep olduğu cilt DNA hasarını onarır”* ifadelerine, **“Azalex Calming Gel”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Yararları: Cildin yüzeyinde bulunan kılcal damarların görünümünü azaltır, yok eder. Düzenli kullanım 8 hafta sonucunda %41 Rozasea’da azalma sağlar. 12 hafta içerisinde Rozasea belirtileri gözle görülür şekilde yok olur.”* ifadelerine yer verildiği, ancak Kozmetik Mevzuatına tabi bulunan tüm kozmetik ürünlerin, insan vücudunun dış kısımlarına uygulanan ve etkileri geçici olan ürünler olması gerektiği; bu bağlamda inceleme konusu tanıtımlarda yer alan tedaviye yönelik ve endikasyon belirten ifadelerin ilgili mevzuatta belirtilen kozmetik ürün tanımını aşan ve yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilmesi gereken ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuata uygun olmadığı dolayısıyla her koşulda, söz konusu ürün ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların ve altı çizili ürün isimlerinin mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği,

Diğer taraftan [www.benev.com.tr](http://www.benev.com.tr) adresli internet sitesinde **“Pure Squalane Moisturizer”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“İksir niteliğindeki zeytinden elde edilen %100 oranda doğal saf Squalane…”* ifadelerinin, **“GF-DNA Serum”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Derin kırışıklıkları azaltır, cilt elastikiyetini arttırır. Yararları: …cildin sağlıklı ve canlı görünmesine yardımcı olur. Derin çizgilerin açılmasına ve ince çizgilerin azalmasına yardımcı olur, cildi sıkılaştırır. En gelişmiş Anti-Aging topikal serumdur. Kullanım Şekli: Alın, kaz ayakları, t bölgesi, dudak üstü çizgilerinin azalmasında son derece etkilidir”* ifadelerinin ispatlanamadığı,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 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 Yönetmeliği’nin 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 **DBC Sağlık Ürünleri Ticaret Limited Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**10)**

**Dosya No: 2015/1701**

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

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

**Reklam Yayın Tarihi:** Aralık 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Aralık 2015 döneminde [www.lancome.com.tr](http://www.lancome.com.tr) adresli internet sitesinde **“Advanced Génifique Yeux”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gençliği Aktive Eden Göz Kremi. Cilt Endişeleri: Dış çevresel koşullar ve stres ile hassas göz konturunda kolaylıkla oluşan yaşlılık ve yorgunluk izleri. Etkileri: Advanced Génifique Yeux, Génifique teknolojisi ile formüle edilen eşsiz jel dokusu ile cildinizi çevresel kirliliğe karşı korur; yaşlılığın temel izlerini hedef alarak yorgunluk belirtilerine karşı savaşır. Genç görünümlü bir göz çevresi ve dinlenmiş bakışlar için”* ifadelerine, **“Génifique Yeux Light-Pearl™”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Aydınlık bir göz çevresi, daha genç bir görünümün yeni işareti. Göz çevresinde 360° yenilenme-GENIFIQUE YEUX LIGHT-PEARL™, döner şekli ve masaj etkili aplikatörü ile tasarlanmış Lancôme’dan ilk göz-aydınlatıcı serum. Göz altı ve üstü hatlarında 360° yenilenme. 8 Patent beklemede: Daha genç bir cildin gözle görülür 10 belirtisi üzerinde sonuçlar: daha pürüzsüz, daha aydınlık, daha iri görünümlü gözler. Gözle görünür gençleşme. Mükemmel sonuçlar: Deneyen kadınların % 75’i göz altı torbalarının gözle görülür şekilde azaldığını fark etmiştir.\* \* Kişisel değerlendirme - 107 Kadın - 4 Hafta”* ifadelerine, **“Absolue Yeux Precious Cells”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Doğadan esinle bilimsel çalışmalar sonucunda geliştirilmiş moleküller ile zenginleştiririlmiş ileri düzey aydınlık veren cilt bakımı. Gençliği geri döndürme ve devam ettirme özelliğine sahip kök hücreler üzerinde 20 yıllık bir araştırma sonucunda, Lancôme, yaşlanmanın belirtilerini onaran ve cildin kendini yenileyerek aydınlık bir görünüm kazanmasını sağlayan Absolue Precious Cells Göz Kremi’ni yarattı. Bu kremdeki Pro-Xylane™ molekülü Yeniden Gençlik Sistemi™ ile cilt yüzeyinde harekete geçerek yeniden kök hücre ortamını zenginleştirir ve yaşlanma belirtilerini onarır. İleri Derecede Cildin Kendini Yenilenme Gücünü Destekleyen ve Cildi Onaran Göz Bakım Kremi”* ifadelerine, **“Hydra Zen Neurocalm™ Extrême”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ekstrem Nemlendirici Rahatlatıcı Jel Krem - Jel hâlindeki bir kremin ciltte yarattığı eşsiz haz. 24 saat boyunca rahat ve nemlendirilmiş bir cilt Sıcak havaya bağlı rahatsızlıklar, kızarıklıklar ve cilt kasılmaları anında azalır. Gözle görülür oranda rahatlayan ve yoğun olarak nemlendirilen cildiniz 24 saatliğine rahatlık hissi ve esnekliğine yeniden kavuşur. Doğal, yumuşak ve ışıltılı kalır. Cildinizi stresten kurtarıp su dolu taze bir doku sayesinde kendinizi rahatlığa teslim ediniz”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.lancome.com.tr](http://www.lancome.com.tr) adresli internet sitesinde **“Advanced Génifique Yeux”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Gençliği Aktive Eden Göz Kremi”* ifadelerine, **“Absolue Yeux Precious Cells”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“İleri Derecede Cildin Kendini Yenilenme Gücünü Destekleyen ve Cildi Onaran Göz Bakım Kremi. Gençliği geri döndürme ve devam ettirme özelliğine sahip kök hücreler üzerinde 20 yıllık bir araştırma sonucunda, Lancôme, yaşlanmanın belirtilerini onaran ve cildin kendini yenileyerek aydınlık bir görünüm kazanmasını sağlayan Absolue Precious Cells Göz Kremi’ni yarattı. Bu kremdeki Pro-Xylane™ molekülü Yeniden Gençlik Sistemi™ ile cilt yüzeyinde harekete geçerek yeniden kök hücre ortamını zenginleştirir ve yaşlanma belirtilerini onarır”* ifadelerine, **“Hydra Zen Neurocalm™ Extrême”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Sıcak havaya bağlı rahatsızlıklar, kızarıklıklar ve cilt kasılmaları anında azalır”* 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,

Diğer taraftan, [www.lancome.com.tr](http://www.lancome.com.tr) adresli internet sitesinde **“Advanced Génifique Yeux Gençliği Aktive Eden Göz Kremi”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Cilt Endişeleri: Dış çevresel koşullar ve stres ile hassas göz konturunda kolaylıkla oluşan yaşlılık ve yorgunluk izleri. Etkileri: Advanced Génifique Yeux, Génifique teknolojisi ile formüle edilen eşsiz jel dokusu ile cildinizi çevresel kirliliğe karşı korur; yaşlılığın temel izlerini hedef alarak yorgunluk belirtilerine karşı savaşır”* ifadelerinin ispatlanamadığı, bununla birlikte **“Génifique Yeux Light-Pearl™”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda yer verilen; *“Daha genç bir cildin gözle görülür 10 belirtisi üzerinde sonuçlar: daha pürüzsüz, daha aydınlık, daha iri görünümlü gözler”* ifadelerinin tüketicilerin kişisel değerlendirmesi olduğu bilgisine yer verilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 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 Yönetmeliği’nin 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 **L’oreal Türkiye Kozmetik San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**11)**

**Dosya No: 2016/131**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Dalin Pişik Önleyici Krem”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar.

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

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı

**Tespitler:** Şubat-Mart 2016 döneminde ***“Dalin Pişik Önleyici Krem”*** isimli ürüne ilişkin olarak [www.dalin.com.tr](http://www.dalin.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajında yer alan tanıtımlarda; *“Formülündeki Çinko Oksit sayesinde ciltte bariyer oluşturarak pişik oluşumunu engeller. Bebeklerin ve yetişkinlerin cilt tahrişlerini önlemede kullanılır. Dermatolojik olarak test edilmiştir”, “Yetişkinlerde cilt tahrişlerinde de kullanılabilir”, “Antibakteriyel madde katkısı ile pişik oluşmuş ciltte bakterilerin yerleşmesi ve çoğalmasına karşın etkin koruma sağlar”, “Boya maddesi içermez ve hipoalerjeniktir”, “İçeriğindeki allantoin katkısı ile pişik ve kızarıklıklarının oluşmasını önler”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından **“Dalin Pişik Önleyici Krem”** isimli ürünün biyosidal ürün ruhsatı bulunmamasına rağmen, ürün ambalajlarında “*Antibakteriyel madde katkısı ile pişik oluşmuş ciltte bakterilerin yerleşmesi ve çoğalmasına karşın etkin koruma sağlar*” ifadelerine yer verilerek ilgili mevzuat hükümlerine aykırı hareket edildiği,

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Biyosidal Ürünler Yönetmeliği’nin; 5 ve 38 inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a; 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 **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.

**SAĞLIK**

**12)**

**Dosya No: 2016/76**

**Şikayet Edilen: Esteport Sağlık ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** <http://esteport.com/>, [www.alimezdegi.com](http://www.alimezdegi.com), [www.instagram.com/esteport/](http://www.instagram.com/esteport/) ve [www.facebook.com/esteportklinik/](http://www.facebook.com/esteportklinik/) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2016, 24.06.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://esteport.com/> adresli internet sitesinin 23.06.2016 ve 24.06.2016 tarihli görünümlerinde;

Ana sayfada: *“Yüz estetiği operasyonları, ameliyat ile veya ameliyatsız yöntemler ile sizi gençleştirmeye hazırız. Yüzünüz hiç olmadığı kadar güzel olsun mu? Yüz estetiğinde son teknolojiler. Doğal burun estetiği, kişiye özel burun estetiği tasarımları. Yüzünüze yakışan en iyi burunu biz yapalım. Kepçe kulak ameliyatı, sonradan açılma olmadan %95 başarı oranı! 15dk da izsiz ve ağrısız kepçe kulaklarınızdan kurtulun”* ifadelerine, **“Op. Dr. Ali Mezdeği kimdir?”** başlığı altında; *“İhtisas hayatı boyunca çok sayıda estetik ameliyat gerçekleştirdi. Uzmanlık tezi olarak Mandibuler Distraksiyon Osteogenezis konusunda deneysel ve klinik çalışmalar gerçekleştirdi. Özellikle Ortognatik Cerrahi ve Distraksiyon Osteogenezisle ilgili çok sayıda başarılı ameliyatlar ortaya koydu. Ulusal ve uluslararası kongrelerde sunulmuş çok sayıda bildirisi ve poster sunumunun yanı sıra ulusal ve uluslararası dergilerde kabul görmüş 13 adet bilimsel çalışması bulunmaktadır. Yurt içi ve yurt dışında düzenlenen bilimsel organizasyonları yakından takip etmektedir… Göğüs estetiği alanında uzun yıllar boyunca yaptığı araştırmalar ve incelemeler neticesinde göğüs küçültme ve dikleştirmede çok rafine yöntemler uygulamaktadır. Göğüs büyütme ameliyatlarında kullanılan izsiz tekniğin gelişiminde çok büyük katkıları olmuştur ve önde gelen kullanıcıları arasındadır. Kepçe kulak estetiği ameliyatlarında klasik tekniği başarı ile uygularken uygun olan vakalarda İple askı tekniğini kullanmaktadır. Burun estetiği ameliyatlarında natürel netice elde edebilmek birincil amacı olmakla beraber eşlik eden nefes alma sorunlarının da tek ameliyatta çözülmesi gerektiğini savunur. Çene cerrahisi alanında yaptığı çalışmalar ve ameliyatlar ise mesleki hayatında ayrı bir yer tutmaktadır. Özellikle çok fazla Estetik-Plastik Cerrahi uzmanının ilgisini çekmeyen bu alanda ihtisas yıllarından itibaren ciddi ölçüde fazlaca araştırma ve ameliyat yapmıştır. Gerçekleştirdiği ameliyatların neticesinde çok fazla kişinin mutlu olmasını sağlamış ve övgüler almıştır. Filozofi olarak gelişmeye ve öğrenmeye açık olan yapısından dolayı güncel gelişmeleri yakından takip eder ve olabildiğince katkı sunmaya çalışır.”,* “**3 Boyutlu Jinekomasti Ameliyatı**” başlığı altında; *“Bu ameliyatı biz çok sayıda yapıyoruz. Bu yüzden bu ameliyat üzerinden artık o kadar tecrübe kazandık ki daha fazla ne yapacağımız üzerinde çalıştık. Ve vardığımız sonu 3d tekniği oldu. Bu tekniğin klasik yöntemden farklı ameliyat kesisinin meme bölgesinde aşağıda bir yerde konumlandırılması ile başlıyor. Bu sayede ameliyat izinden kurtulunmuş oluyor ve kimse meme başına bir cerrahi müdahale yapıldığını fark etmiyor.* *Bu tekniğin en büyük üstünlüğü biz sadece meme başında ki yağı dışarıya alarak ameliyatı bitirmiyoruz. Koltuk altına giden bölgeyi de liposuction ile alarak tam bir göğüs bütünlüğü sağlıyoruz. Bu sadece daha fit bir görünüm elde ediliyor. Meme dokusu yağlı yüzde 95 hastaya bu yöntem uygulanabilir. Siz de çıkan sonuca inanamayacağınızı garanti ediyoruz. Ameliyatı bu yüzden büyük bir zevkle yapıyoruz… Bu yöntem esteport klinik tarafından gerçekleştirilen ameliyatlar arasındadır. Tekniğinin çalışmasını yapan geliştiren ve hayata geçiren Op Dr Ali Mezdeği dir. Çünkü biz biliyoruz ki başka yerlerde bizim geliştirdiğimiz teknikler “bizde yapıyoruz ” denilerek kopyalanıyor. Orjinal 3d jinekomasti ameliyatı Op Dr Ali Mezdeği tarafından yapılmaktadır.”,* **“Karın Germe Ameliyatı”** başlığı altında; *“Karın germe ameliyatları ben çok severek yaptığım ameliyatlar biri. Ameliyat sonrası performans tek kelime ile süper diyebilirim. Ameliyat tam teşekküllü bir hastane de genel anestezi altında yapıyorum ve ameliyat ortalama 2- 2,5 saat sürmekte. Karın germe ameliyatı kabaca, göbek deliği ile sezaryan izi yani kesinin arasında kalan kısmı düzleştirerek daha pürüzsüz ve sporcu karnı elde etmek. Bunu yaparken o boşlukta ki yağları ve yağ dokularını vücuttan uzaklaştırıyoruz. Karın germe ameliyat ile birlikte tabi ki liposuction da yapılıyor. Bu da yağları alarak hem hastaya kilo kaybı yaşatmak hemde vücutta ki inatçı yağları temizlemek. Böylece karın bölgesinde daha pürüzsüz bir alan elde edebiliyoruz.,,Karın germe ameliyatları ile göbek deliğinin de yeniden yerini belirlememiz gerekiyor. Bu önceden hasa ile belirlenen yere göbek deliği yerleştiriliyor. Göbek deliği seçimi ile karın bölgesinde ki deri aşa doğru çekilerek altta ki sağlam deri ile birleştiriliyor. Bu kısım bu ameliyatın püf noktasıdır. Buradaki birleştirme ne kadar doğru olursa o kadar başarı elde edilecektir… Liposuction özellikle Türk hastalarım da çok sıklıkla uyguladığım bir iş. Çünkü genelde bizim insanımızın karın bölgesi oldukça yağlı oluyor. Bu yüzden lipo yapmak şart. Karın gererken önceden yapılan bir liposuction karını oldukça incelteceği için bu yapıyoruz. Bu ameliyatlar zaten kombine ameliyatlar olup vücut şekillendirme ameliyatları olarak da adlandırılmaktadır. Karın germe ameliyatı da bazı durumlarda hastalarımızda ilk anda yapılmaz. Bunun sınırını ben ortalama olarak 80 olarak belirledik. Bu kilonun üstüne genelde karın germe yapmıyorum. Bunun yerine ona diyet ve egzersiz ile o kiloya düşürerek karın bölgesinde ki derini iyice artmasını sağlıyorum. Böylece tamamen bir temizlik ile tek seferde bir sporcu karnına yakın bir karın elde edebiliyoruz. Bu sınırın üstüne bu işlem yapılırsa performanslı olmayacaktır.”,* **“Kol Germe Estetiği Ameliyatı”** başlığı altında; *“Ameliyat genelde başarılı geçen ve sonuçları oldukça tatmin edici kalıcı ve estetik görünümü iyileştirici ameliyattır… Ameliyat ücretleri 2014 itibari ile 4,000 tl ile 8,000 tl arasında değişkenlik gösterecektir… Bizde vücuduna neyin uygun olacağı estetik olarak ne kadar yakışacağı belirlenerek, memeyi ona göre şekillendirme yaparız…”,* “**Meme Dikleştirme ameliyatları”** başlığı altında; *“Meme dikleştirme ameliyatı yaptığımız hastada menopoz da değil ise ayı, menopoz çocuk doğurganlığı varsa ayrı teknik kullanırız. Süt vermeyi sağlayan meme ucuna gelmiş, süt kanallarıdır. Bu süt kanallarını ameliyat esnasında korursak ve yaklaşmaz isek, ameliyat sonrasında emzirme ile ilgili problem yaşamayız… Genel olarak 2013 – 2014 itibari ile ameliyat fiyatı 4,000 tl ile 10,000 tl arasında değişiklik gösterir.”*, **“Popo Kalça Estetiği”** başlığı altında; *“kalça bölgesi yer çekimi veya genetik nedenler ile aşağıya sarkmış ve kötü görünen birçok kadın var. Bu durumlarda dikleştirme ile popo büyütebiliriz… Genel olarak 2014 yılı itibari ile ameliyat fiyatları 4.000 tl ile 10.000 tl arasında değişir.”,* **“Vaser Liposuction Ne Kadar?”** başlığı altında; *“…Fiyatlar alınacak yağ miktarında ve bölgeye göre değişir. 2014 fiyatları ortalama 4,000 tl ile 10,000 tl arasında değişir... Biz bu cihazı en iyi performans ile çalıştırmak istiyoruz. Hastalarımızın memnuniyeti ve ameliyat sonrası iyi izlenim bırakmak için elimizden gelenin en iyisini yapmaya çalışıyoruz. Bu yüzden vaser cihazını bilen bunu kurçalamış daha önce ameliyat yapmış doktorları seçmenizi şiddetle tavsiye ederim.”,* **“Ben (Nevüs) Aldırma Ameliyatı”** başlığı altında; *“Vücudunda iz kalsın istemeyen ve izi kapatmak isteyen hastalarımız için ilk önce sabırlı olmasını istiyoruz. Sonra iz tedavisine başlıyoruz. Bir müddet sonra silikon kremler ile izi ten rengine çevirmeye çalışıyoruz. Bir süre sonra zaten iz vücut rengini mutlaka alıyor. İzde belli belirsiz oluyor. Yani bu ameliyatlara izsiz diyebiliriz. Ameliyat sonrasında tedavi olmak şartı ile… Ortalama olarak 2014 yılı itibari ile 1,000 tl deb başlayarak 5,000 tl ye aralığından ben aldırma ameliyatları yapabiliyoruz****.”,* “Göz Kapağı Estetiği”** başlığı altında; *“Gözlerinde torba veya kırışıklık olan hastalarımız için yaptığımız bu ameliyat ile kendinizi daha genç hissedeceksiniz. Bu ameliyat ölüm riski olmayan ve sadece estetik amaçlı yapılan ameliyatlar arasındadır. Gözlerimizin altında torbalar ve kırışıklıklar oldukça rahatsız edicidir. Yaşlanmanın belirtisi olan bu durumlar ameliyat ile düzenlenebilir. Ameliyat lokal anestezi ile yapılır. Alt göz kapağı ameliyatında ben yağ almaktan ziyade daha çok yaymayı ve estetik görünümü iyileştirici müdahaleler yapmayı tercih ediyorum. Hatta ve hatta üst göz kapağı ameliyatı ile birlikte yapılıyorsa oradan çıkan yağları bile dengeli bir şekilde alt göz kapağına eklemeyi de çok severim. Alt göz kapağından yağ alındığından biliyorum ki göz altında çöküklük oluyor. Bitkin bir görüntü oluyor. Ayrıca mimik kaybına da neden oluyor. Ben bu görüntüyü sevmiyorum. Bu yüzden yüzün şekline göre göz altında da dolgunluğun estetik açıdan daha tamamlayıcı olduğunu düşünüyorum… Badem göz daha etkileyici bir göz yapısına sahip olmanızı sağlar. Daha zeki daha dinç görünmenizi destekler. Benim açıkçası genelde uyguladığım bir yöntem. Ayrıca göz kapaklarında sorun olmayıp da badem göz ameliyatı ayrıca yaptığımız hastalarımızda var. Badem göz fiyatları da oldukça uygundur. Zaten lokal anestezi ile kısa süren bir ameliyat olduğu için fiyatların en altta tutmak için elimizden geleni de yapıyoruz.”,* **“Kepçe Kulak Ameliyatı Ücreti”** başlığı altında; *“Kepçe kulak ameliyatı ücreti ortalama olarak 3,000 ile 6,000 tl arasında olacaktır.”,* **“Kepçe Kulak Sonrası Kulak Eski Haline Döner Mi?”** başlığı altında; *“Kulak estetiği ameliyatlarını artık o kadar çok yaptım ki, bu ameliyat ile ilgili olarak size net bilgiler ve örnekler çok sayıda verebilirim. Makaleye girmeden önce şunu kesinlikle söylemeliyim ki, kepçe kulak ameliyatı ettiğim bir hastanın kulaklarının ameliyat sonrasında eski haline döndüğünü hiç görmedim. Bu oranda binlerce kulak estetiği ameliyat yapmış bir doktor olaraktır. Peki bu oranı nasıl sağlıyorum diyorsanız çok basittir. Ameliyat öncesi muayene çok dikkatli yapılmalı buna göre de teknik belirlenmesi lazım. Kişiye uygun en iyi tekniği seçip ameliyatta onu kullanırsanız, ameliyat sonrası performansı da o oranda başarılı olur.”,***“Yüz Germe Estetiği Ameliyatı**” başlığı altında; *“Yüz germe ameliyatı, kulak arkasından diğer kulağa kadar dönen bir kesi ile yapıyoruz. Bu açılan kesinden derinin arkaya doğru gerdirilmesi sağlanıyor… Zira güneş kulak altında kalan izleri belirginleştirip leke yapma durumu olur. Ameliyatı genelde güneşin daha az olduğu kış aylarında yapılmasını tercih ediyoruz… Tahminen yüz germe ameliyatı fiyatı 4,000 tl ile 10,000 tl arasında değişir.”* ifadelerine ve çeşitli tıbbi işlemlere ait fiyat bilgisine yer verildiği,

[www.alimezdegi.com](http://www.alimezdegi.com) adresli internet sitesinin 24.06.2016 tarihli görünümünde;

Ana sayfada: *“Yüz estetiği operasyonları, ameliyat ile veya ameliyatsız yöntemler ile sizi gençleştirmeye hazırız. Yüzünüz hiç olmadığı kadar güzel olsun mu? Yüz estetiğinde son teknolojiler. Doğal burun estetiği, kişiye özel burun estetiği tasarımları. Yüzünüze yakışan en iyi burunu biz yapalım. Kepçe kulak ameliyatı, sonradan açılma olmadan %95 başarı oranı! 15dk da izsiz ve ağrısız kepçe kulaklarınızdan kurtulun. Yaza hazırlık kampanyası! Bahar aylarına özel estetik ameliyatlarda %30’a varan indirim.”* ifadelerine, **“Op. Dr. Ali Mezdeği kimdir?”** başlığı altında; *“İhtisas hayatı boyunca çok sayıda estetik ameliyat gerçekleştirdi. Uzmanlık tezi olarak Mandibuler Distraksiyon Osteogenezis konusunda deneysel ve klinik çalışmalar gerçekleştirdi. Özellikle Ortognatik Cerrahi ve Distraksiyon Osteogenezisle ilgili çok sayıda başarılı ameliyatlar ortaya koydu. Ulusal ve uluslararası kongrelerde sunulmuş çok sayıda bildirisi ve poster sunumunun yanı sıra ulusal ve uluslararası dergilerde kabul görmüş 13 adet bilimsel çalışması bulunmaktadır. Yurt içi ve yurt dışında düzenlenen bilimsel organizasyonları yakından takip etmektedir… Göğüs estetiği alanında uzun yıllar boyunca yaptığı araştırmalar ve incelemeler neticesinde göğüs küçültme ve dikleştirmede çok rafine yöntemler uygulamaktadır. Göğüs büyütme ameliyatlarında kullanılan izsiz tekniğin gelişiminde çok büyük katkıları olmuştur ve önde gelen kullanıcıları arasındadır. Kepçe kulak estetiği ameliyatlarında klasik tekniği başarı ile uygularken uygun olan vakalarda İple askı tekniğini kullanmaktadır. Burun estetiği ameliyatlarında natürel netice elde edebilmek birincil amacı olmakla beraber eşlik eden nefes alma sorunlarının da tek ameliyatta çözülmesi gerektiğini savunur. Çene cerrahisi alanında yaptığı çalışmalar ve ameliyatlar ise mesleki hayatında ayrı bir yer tutmaktadır. Özellikle çok fazla Estetik-Plastik Cerrahi uzmanının ilgisini çekmeyen bu alanda ihtisas yıllarından itibaren ciddi ölçüde fazlaca araştırma ve ameliyat yapmıştır. Gerçekleştirdiği ameliyatların neticesinde çok fazla kişinin mutlu olmasını sağlamış ve övgüler almıştır. Filozofi olarak gelişmeye ve öğrenmeye açık olan yapısından dolayı güncel gelişmeleri yakından takip eder ve olabildiğince katkı sunmaya çalışır.”,* **“Karın Germe (Abdominoplasti)”** başlığı altında; *“Karın germe ( Abdominoplasti )işlemi karın bölgesinde oluşan çatlaklıkları ve sarkmaları yüzde yüze yakın bir oranla giderir. Bu ameliyat sonrası kaslar gerilir karın gerginleşir ve mükemmele yakın bir sonuç elde edebiliriz.”,* **“Erkek Memesinin Büyük Olması**” başlığı altında; *“Erkek memesinde ki büyüklük gerçekten sinir bozucudur. Bir doktor olarak bende de olmasından ötürü sizi gerçekten çok iyi anlıyorum. Bu yüzden ameliyatlarımızda bu hasta grubuna hem maddi hemde manevi olarak destek çıkmak istiyorum. Bu yüzden ameliyatı oldukça basit ve güvenli yaparak bir daha bu sorunu yaşamamanız için elimden geleni yapmak istiyorum açıkçası. Erkek memesinde ki büyüme psikolojik olarak da sorun yapar. İnsanın canı sıkılır, mutsuz olur her istediğini giyemez belki, veya bir korse bile takmak zorunda kalabilir. Bu sorunların tamamına bir çizgi çekerek bu ameliyatı olmanızı tavsiye ediyorum. Çünkü bu ameliyat zor olmayan ve sonrasında gerçekten insanı çok rahatlatacak olan bir ameliyattır. Bu yüzden bunca derde geçeceğiniz 1 saat için değmez.”*, **“Burun Estetiği Rinoplasti”** başlığı altında; *“Burun ameliyatı olan hastalarımın büyük bir çoğunluğu estetik olarak burunundan rahatsız olanlar. Fakat sadece estetik açıdan değil Nefes alma zorluğu çeken ve buna benzer burnuyla ilğili rahatsızlığı olan hastalarım da olabiliyor. Aslında şahsen burun ameliyatını estetik olarak olan bir hasta aynı zamanda ameliyat sonrası daha rahat nefes almaya da başlaması gerekmektedir. İyi bir cerrahın bunu da sağlaması gerektiğini düşünüyorum… Yapılacak burun mükemmel dahi olsa kişinin yüz oranlarına ve harmonisine uygun değilse hep bir eksiklik olacaktır. Maksillofasyal cerrahi(Çene Cerrahisi) ile yıllardır ilgilenen bir cerrah olarak bu alanda yaptığım çalışmaların bana yüz oranları ve harmonisini daha da iyi değerlendirebilme yetisi kazandırdığını düşünüyorum. run estetiği ameliyatının yapılış teknikleri farklılık gösterebilir. Mesela aklıma gelen ilk şeyi belirtiyim, hasta daha önce ameliyat olmuşsa veya burnu normalden çok eğri ise açık rinoplasti yani açık burun estetiği yapmayı uygun görürüm. Böyle bir durum yok ise diğer klasik teknikler den yararlanabilirim. Ameliyat olmadan önce tüm detayları öğrenmenizi tavsiye ederim… Burun estetiği ameliyatını genel anestezi altında tam teşekküllü hastane koşullarında gerçekleştiriyorum. Lokal anestezi ile bu ameliyatın pek uygun olduğunu düşünmüyorum. Ameliyat ortalama 1.5-2.5 saat arasında sürmektedir. Ameliyat esnasında hastanın preop resimleri bilgisayar ekranında sürekli olarak dönmektedir ve çoğunlukla ameliyat öncesi hazırlanan plana sadık kalarak ameliyatı tamamlıyorum. Burun estetiği ameliyatlarımda çoğunlukla ‘Açık Teknik’ yöntemini kullanıyorum. Bu yöntemde burun içerisindeki kıkırdak ve kemik dokuları görerek şekillendirme yaptığım için sonuçlar daha mükemmel olmaktadır. Uygun vakalarda ise nadiren ‘Kapalı Teknik’ kullandığımda olmaktadır. Ameliyat esnasında estetik ile ilgili sorunlara ve nefes alma ile ilgili sorunlara eşit ölçüde önem veriyorum. Hastanın güzel bir buruna sahip olurken sağlıklı şekilde nefes almasını da çok önemsiyorum. Burun delikleri içerisinde yaptığım çok ince ve nazik uygulamalardan dolayı küçük tamponlar kullanıyorum. Dolayısıyla tampon çıkartılırken hastada ağrı sorunu hiç oluşmuyor. Uygun vakalarda ise hiç tampon kullanmıyorum. Cerrahi işlemler bittikten sonra kaba görünümlü alçı atel yerine daha zarif olan termoplastik atel kullanıyorum. Bu bile hastalarıma oldukça fazla konfor yaşatmaktadır… İkinci önemli kriter ise ameliyatın yapılacağı hastanenin seçimidir. Ameliyatlarımı Acıbadem Hastanesi, Memorial Hastanesi, Levent Bayek Cerrahi Merkezi ve Bakırköy JFK Hastanelerinde gerçekleştiriyorum. Hastane seçenekleri arasında tabiî ki hastaya en uygun olanı seçmeye çalışıyorum. 95 oranda ağrı sorunları olmayacaktır. Hastalarımızı aynı gün ya da 1 gün sonra taburcu ediyorum. Taburcu olurken de tamponları alınmaktadır. Tamponlar alınırken de çok hafif sızıları olur. Hastanede bulundukları dönem boyunca yakın ilgi ve alaka gören hastalarımın tedavileri de detaylı bir şekilde organize edilir. Bu periyotta önemli olan hastanın konforudur. Bir cerrahın özellikle ameliyat sonrası dönemde kolay ulaşılabilir durumda olması gerektiğini düşünürüm. Hastalarıma olabilecek en ufak kuşku durumunda dahi rahatlıkla bana ulaşmalarını özellikle isterim… Diğer bir kriter ise nefes alma ile ilgili sorunu olup olmadığıdır. Burun estetiği ameliyatı esnasında nefes alma ile ilgili sorunların tamamının da çözülebilmesi en önemli uğraşı alanlarım arasındadır. Netice olarak hasta bana başvurduğunda tabiî ki tecrübeli bir estetik cerrah olarak benim de değerlendirmelerim olacaktır… Hastalarımızı mutlu edebilmek için en ufak detayları dahi değerlendirme durumundayız. Sonrasında genel şekil ve burun içi değerlendirmesi yapılır. Tüm bu muayene ve görüşmeler esnasında hastanın psikososyal durumu da değerlendirilir. Sonuç olarak: Aynaya baktığınızda burun yapınız ile ilgili sorun olduğunu düşündüğünüz anda burun estetiği ameliyatı için potansiyel aday haline gelirsiniz. Sonrasında yapacağımız değerlendirmeler ve muayene neticesinde burun estetiği ameliyatına ne ölçüde uygun olduğunuzu sağlıklı bir şekilde belirlemiş oluruz Bu konuya genel olarak baktığımızda tüm dünyada revizyon rhinoplasti oranı %5-10 arasında değişmektedir. Şükürler olsun ki benim vakalarımda bu oran %5 in altındadır. Revizyon ameliyatlarında genellikle 5-6 aydan sonra değerlendirme yapıp karar vermek ve uygulamaya geçmek gereklidir. Kendi vaka grubum içerisinde ilk ameliyatlarını benim yaptığım vakalarda revizyon oranları çok çok düşüktür. Kabul ettiğim revizyon vakalarında ise başarı oranım ortalamanın çok üzerindedir..”*, **“Ortognatik Cerrahi - Isırım Bozuklukları”** başlığı altında; *“Kliniğimizde yapılan ısırım bozukluklarının tedavisi-ortognatik cerrahi girişimleri yurtdışındaki modern plastik cerrahi klinikleri ile paralellik içinde devam etmektedir. Bu tür sıkıntıları olan kişiler kliniğimize başvurduğunda öncelikle mevcut sorunun nasıl bir süreçte oluştuğu belirlenir. Sonrasında ayrıntılı ağız içi muayene yapılır. Çene ekleminin de ayrıntılı olarak değerlendirilmesi yapıldıktan sonra dijital kamera ile elde edilen görüntüler bilgisayar ortamında değerlendirilir ve hastanın tedavi sonrası ideal görünümü belirlenir… Cerrahi öncesi dönemde dişlerdeki çarpıklıklar düzeltilir. Hastanın radyografileri üzerinde yapılan çalışmalarla (Sefalometrik analiz) ameliyat planı belirlenir. Ameliyat sonrası dönemde devam eden ortodontik tedavi ile mükemmel bir bitiş sağlanır.”,* **“İple Kepçe Kulak Estetiği”** başlığı altında; *“İşlem sonrası iz kalma gibi bi durum kesinlikle yaşanmaz. 15 dk sonra kendi kulaklarınızı tanıyamaz hale geleceğinizi garanti ederim. İple Kepçe Kulak Estetiğini Temel olarak kıkırdak çıkarma işlemi gerekmeyen hastalara uyguluyorum. Klasik teknikteki gibi lokal anestezi ile yapılan bu ameliyatın ortalama süresi 15-30 dakika civarındadır. Bu tekniktede nüks oranı %2’nin altında ve yine revizyon rahatlıkla yapılabilmektedir. Bu iş için özel araştırmalar yaptım ve birçok hastayı da bu teknikle kulak şekillerini bozuklukları giderdim. Bu teknik diğer meslekdaşlarım arasında sık kullanılan bir uygulama değil. Bu yüzden bu işte tecrübesi olan bir estetik cerraha yaptırmanızı tavsiye ederim.”*, **“Kepçe Kulak Ameliyatı”** başlığı altında; *“Bu ameliyatda diğer meslekdaşlarımdan farklı olarak uyguladığım kritik değişiklikler bulunmaktadır. En önemlisi ameliyat esnasında hastanında aktif katılımını sağlayarak beğeni düzeyini artırmaya çalışmamdır. Erişkin yaşta lokal anestezi ile yapılan bu ameliyatda uygulamanın bittiği tarafta saha temizliği yapıldıktan sonra hastaya ayna verip yeni kulağını beğenip-beğenmediğini veya başkaca nasıl değişiklikler istediğini soruyorum. Dolayısıyla hastanın ameliyat sonrasında sürprizle karşılaşmasını önlemiş oluyorum. Bu uygulama başlangıçta hastalara ürkütücü geliyordu ama ameliyat esnasında vakaya dahil olup isteklerini belirtebilme olanağını sunmuş olmam en titiz hastaların dahi sonuçlardan maksimum memnun olmasını sağladı. Fark yarattığını düşündüğüm diğer nokta ise ameliyat sonrasında uygulanan bandajdaki değişikliktir. Bildiğiniz gibi bu ameliyatlardan sonra uygulanan bandajlar çok kaba görünümde olup, hastanın sosyal açıdan kısa süre için bile (min. 3 gün) dışlanmışlık hissine kapılmasına neden olurlar. Ben bu ameliyatlardan sonra hastalarıma sadece saç bandı(tenisçi bandanası) ile minik bir bandaj uygulayarak bahsettiğim sosyal sorunlara neden olmadığımı düşünüyorum. Kepçe kulak ameliyatı için başvuran hastalarıma ilk olarak bu ameliyatla ilgili bilmeleri gereken herşeyi anlatarak işe başlarım. Sonrasında detaylı bir muayene ile deformiteyi saptayıp hastaya ayna karşısında yapılacak değişiklikleri anlatıp kafalarında hiçbir soru işareti kalmamasını sağlamaya çalışırım. Örnek vaka resimleri üzerinde birlikte değerlendirmeler yapıp neleri yapacağımızı ve neleri yaşayacaklarını anlatmaya özellikle özen gösteririm. Özellikle estetik ameliyatlarda hastanın konforunu olabildiğince artırmak gerektiği kanısındayım. Dolayısıyla uygun olabilecek her vakada olduğu gibi kepçe kulak ameliyatlarında da postoperatif bölgesel sinir bloğu uygulaması yapıyorum. Bunun hastaya en büyük katkısı ameliyat sonrasında ağrı hissetmemesi veya olabilecek minimum sızı ile bu dönemi geçirmiş olmasıdır. Bu şekilde hasta odaklı çalışmamın hastalarımla hem sosyal açıdan ve hem de mesleki açıdan daha iyi iletişim kurmamı sağladığını düşünüyorum. Ameliyat sonrasında hastalarıma rutin olarak antibiyotik ve ağrı kesici tabletler reçete ediyorum. Hastalarıma ilaçlarını tavsiye ettiğim şekilde kullanmalarını öneriyorum ve bu sayede olası sıkıntıların önünü kesmiş oluyoruz…. Ameliyat sonrasında ilk pansumanı 2-3. günlerde bizzat kendim yapıyorum…”,* **Erkeklerde Lazer Operasyon”** başlığı altında; *“Nd-Yag lazer sistemi ile çok başarılı uygulamalar yapabiliyoruz. Özellikle göğüs bölgesindeki kılların seyrekleşmesini isteyen hastalarımız için her seansta kıllarda %20 azalacağını söyleyebiliriz. Bu sayede yoğunluğun azalması bile özellikle erkeklerde fazlasıyla mutluluk getirmektedir.*” ifadelerine yer verildiği,

[www.instagram.com/esteport/](http://www.instagram.com/esteport/) adresli internet sitesinin 23.06.2016 tarihli görünümünde; *“Yaza hazırlık kampanyası! Bahar aylarına özel estetik ameliyatlarda %30’a varan indirim.”* gibi ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

[www.facebook.com/esteportklinik/](http://www.facebook.com/esteportklinik/) adresli internet sitesinin 23.06.2016 tarihli görünümünde; *“Yaza hazırlık kampanyası! Bahar aylarına özel estetik ameliyatlarda %30’a varan indirim. Estetikte 2016 Trendi, botox. Kaybolan yıllarınızı geri kazanın… Tek bir estetik operasyonla yepyeni bacaklara sahip olabilirsiniz. Esteport, etkileyici seksi, göz alıcı, kusursuz, dolgun… Hayal etme yaptır. Seksi, çekici, kusursuz bacak estetiği. Daha canlı ve dinamik görünmek isteyenleri Esteport Klinik’e bekliyoruz. Bacak biçimimiz eğer kötü ise kadın, erkek hepimiz için hem sağlık olarak hem de özgüven olarak çeşitli sorunlara yol aça biliyor. Bu sorunlardan kalıcı olarak kurtulmak istiyorsanız sizi de Esteport Klinik' e bekleriz.”* gibi ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

Bununla birlikte kuruluşun isminin *“Esteport Estetik Cerrahi ve Saç Ekim Merkezi”* olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

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

Diğer taraftan, kuruluşun isminin *“Esteport Estetik Cerrahi ve Saç Ekim Merkezi”* olarak belirtildiği ancak ilgili mevzuatta bu şekilde bir sağlık kuruluşunun yer almadığı, dolayısıyla mevzuat gereği kullanılması gereken isminizin kullanılmaması suretiyle tüketicilerin yanıltıldığı,

 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 Yönetmeliği’nin 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 **Esteport Sağlık ve Danışmanlık Hizmetleri Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2016/241**

**Şikayet Edilen: Beyaz Sayfa Kişisel Gelişim Rehabilitasyon Eğt. Sağlık Dan. Psikodrama Hizm. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** twitter.com/byzsayfacom adresli internet sitesinin 04.03.2016 tarihli görünümünde; “*Aile Danışmanı ve Çocuk Gelişimi Uzmanı, Sayın; Senem YILDIZ, 19-20 Şubat tarihleri arasın da Nevşehir Beyaz Zambak... 13 Şubat 2016 tarihin de Asfa Ferda Kolejin de yapılacak olan Disleksi Seminerine hazırlanıyoruz… Aile Danışmanı ve Çocuk Gelişimi Uzmanı Senem YILDIZ'ın 13 Şubat 2016,14:00 - 17:00 saatlerı arasında... Psikolojik terapi seanslarımız başlamıştır…”* gibi ifadelere,

[www.facebook.com/beyazsayfadanismanlik/](http://www.facebook.com/beyazsayfadanismanlik/) adresli internet sitesinin 04.03.2016 tarihli görünümünde; *“Kıymetli dostlarımız çocuklarınız, ders çalışamıyorsa, sınav kaygısı çekiyorsa, sınav esnasında yada ders dinlerken dikkat toplamada zorlanıyorsa, geleceğe dair bir hedefi yoksa,27 yıllık tecrübesi ve onlarca Türkiye derecesi çıkardığı öğrenci tecrübesi ile, Sn.Senem Yıldız hocamızla öğrencilerinizi beyaz sayfada buluşturuyoruz 03124721316… Aile Danışmanı ve Çocuk Gelişimi Uzmanı, Sayın; Senem YILDIZ,19-20 Şubat tarihleri arasın da Nevşehir Beyaz Zambak Anaokulları Öğretmen Eğitimin de olacaktır… Aile Danışmanı ve Çocuk Gelişimi Uzmanı Senem YILDIZ'ın 13 Şubat 2016,14:00 - 17:00 saatlerı arasında, Asfa Ferda Koleji Konferans Salonun da vereceği Disleksi (Özgül Öğrenme Güçlüğü) eğitimine davetlisiniz… Psikolojik terapi seanslarımız başladı… Çocuklarda psikolojik bozukluklar…Disleksi semineri. Senem YILDIZ NLP ve Hipnoz Master Trainer Aile Danışmanı ve Çocuk Gelişimi Uzmanı…”* gibi ifadelere ve *“Senem Hocama gelmeden 120 net yapıyordum. Şimdi 144 net yapıyorum… Sunumu, sunum şeklini anlatım tarzını katılımcıların da dahil edilip katılımlarının sağlanması, soru sorulması çok hoş, güzel. Disleksi ile ilgili öğrenmem gerekenleri ve fazlasını öğrendim. Teşekkür ederim…”* gibi yorumlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un Ek 13 üncü maddesinde; *“Klinik psikolog; psikoloji veya psikolojik danışma ve rehberlik lisans eğitimi üzerine klinik ortamlarda gerekli pratik uygulamaları içeren klinik psikoloji yüksek lisansı veya diğer lisans eğitimleri üzerine psikoloji veya klinik psikoloji yüksek lisansına ilaveten klinik psikoloji doktorası yapan sağlık meslek mensubudur.*

*Klinik psikolog, nesnel ve yansıtmalı ölçüm araçları, gözlem ve görüşme teknikleri kullanarak psikolojik değerlendirme ile uluslararası teşhis ve sınıflama sistemlerinde hastalık olarak tanımlanmayan ve Sağlık Bakanlığının da uygun bulduğu durumlarda psikoterapi işlemleri yapar. Hastalık durumlarında ise ancak ilgili uzman tabibin teşhisine ve tedavi için yönlendirmesine bağlı olarak psikoterapi uygulamalarını gerçekleştirir.*

*Psikoloji lisans eğitimi üzerine ilgili mevzuatına göre Sağlık Bakanlığınca uygun görülen psikolojinin tıbbi uygulamalarıyla ilgili sertifikalı eğitim almış ve yeterliliğini belgelemiş psikologlar sertifika alanlarındaki tıbbi uygulamalarda görev alabilirler.*

*Uzman tabibin teşhis ve yönlendirmesiyle ya da bağımsız olarak yapılabilecek mesleki uygulamalar, bu bentteki prensipler çerçevesinde Sağlık Bakanlığınca çıkarılacak yönetmelikle belirlenir.”* hükmü ile,

Sağlık Meslek Mensupları İle Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliğin “Sağlık Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımları” başlıklı Ek-1 bölümünün “Klinik psikolog” başlığı altında (e) bendinde *“Psikolojik değerlendirme ile hastalık olarak tanımlanmayan ve Ek-1/A de yer alan durumlarda eğitimini aldığı psikoterapi uygulamalarını yapar.”* hükmüne yer verilerek, Ek-1/A’da belirtildiği üzere klinik psikologlar tarafından ne tür hizmetler verilebileceğinin belirlendiği dikkate alındığında;

Senem YILDIZ isimli şahsın *“Sağlık Meslek Mensupları İle Sağlık Hizmetlerinde Çalışan Diğer Meslek Mensuplarının İş ve Görev Tanımlarına Dair Yönetmeliği”* kapsamına dahil bir klinik psikolog olmadığı halde yukarıda bahsi geçen muhtelif rahatsızlıklara sahip hastaların kabul edilmesinin ve bu yönde tanıtıcı faaliyetlerde bulunulmasının ilgili mevzuata aykırı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

- 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24 ve Ek 13 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 Yönetmeliği’nin 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 **Beyaz Sayfa Kişisel Gelişim Rehabilitasyon Eğt. Sağlık Dan. Psikodrama Hizm. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2016/1075**

**Şikayet Edilen: Görduy Sağlık Hizmetleri Gıda Tur. İnş. Oto. San. ve Tic. A.Ş. (Özel İlgi Göz Hastalıkları Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** "İlgi Göz, Güven ve İlginin Birleştiği Adres" ibareli broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Anılan kuruluşa ait broşürlerde, *“Göz Hastalıkları Merkezi İlgi Göz Güven ve İlginin Birleştiği Adres. Sizlere Hizmet Vermenin Gururunu Yaşıyoruz. Her Pazartesi ve Cumartesi Günleri Sungurluoğlu Mahallesi eski sanayi yoğurt pazarı caddesinden Ankara’ya Ücretsiz Göz Muayenehanesine Gitmek İsteyen Kişilerin (servisci) Haydar Dölkeleş’e müracaat etmesi gerekir…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu broşürlerde, *“Göz Hastalıkları Merkezi İlgi Göz Güven ve İlginin Birleştiği Adres. Sizlere Hizmet Vermenin Gururunu Yaşıyoruz. Her Pazartesi ve Cumartesi Günleri Sungurluoğlu Mahallesi eski sanayi yoğurt pazarı caddesinden Ankara’ya Ücretsiz Göz Muayenehanesine Gitmek İsteyen Kişilerin (servisci) Haydar Dölkeleş’e müracaat etmesi gerekir…”* ifadelerine yer verilerek sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair 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 Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 7/5-c; 26 ve 32 nci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Görduy Sağlık Hizmetleri Gıda Tur. İnş. Oto. San. ve Tic. A.Ş. (Özel İlgi Göz Hastalıkları Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2016/1080**

**Şikayet Edilen: Dr. İbrahim YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:** alternatip.com.tr, dribrahimyilmaz.com, [www.facebook.com/alternatipsym](http://www.facebook.com/alternatipsym) ve [www.facebook.com/dr.ibrahimyilmaz/](http://www.facebook.com/dr.ibrahimyilmaz/) adresli internet sitelerinde ve açık hava ilanlarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.03.2016, 20.07.2016, 22.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava ilanı

**Tespitler:** *“Migren Tedavi Edilebilir Mi?, Huzursuz Bacak Sendromunda Tedavi Nasıl Olmalıdır?, Fmf ve Romatizmada Bitkisel Tedavinin Yeri Nedir? Çölyak Tedavisinde Neler Yapılmaktadır?, Dr. İbrahim YILMAZ, Alternatif Tıp Bitkisel Tedavi Derneği”* ibareli açık hava ilanları ile tanıtım yapıldığı,

dribrahimyilmaz.com adresli internet sitesinin 17.03.2016 ve 20.07.2016 tarihli görünümlerinde;

“Hakkımızda” başlığı altında; *“…Meslek hayatına başlaması onu modern tıp denilen ama kronik hastaların tedavisinde uyutmamaktan başka bir şey yapmayan günümüz tıbbından daha da uzaklaşmasına vesile oldu… Aslında esas olan vücutta ana sistemlerde unutma sorununun ve yenilenme eksikliğinin giderilmesi gerekliliğiydi. Bunu en layıkı ile yapan fıtratla uyumlu olan bitkisel tedavi merkezli doğal tedavi yöntemleriydi… 2009 yılı itibarı ile bilimsel çerçevede profesyonel olarak fitoterapi ve diğer doğal tedavileri başarılı bir şekilde uygulamaktadır.”* , “Tedavi alanım” başlığı altında; *“Şuan tıbbi uygulama ve tedavilerin geldiği nokta malumunuzdur. Tanı ve hastalıkların tespiti üzerine teknolojik olarak ciddi adımlar atılırken, tedavi adına yapılanlar yetersiz kalmaktadır. …Tedavi adına yapılanlar ise günü geçirecek tedbirler noktasından ileriye geçememektedir… Hal böyle olunca da eski tıbbi uygulamalar tekrar gün yüzüne çıkmış ve 100 senelik temellere sahip olan modern tıbbi uygulamalar sorgulanmaya başlanmıştır… Fakat günümüz tıbbının tedavi alanındaki yetersizliklerine eski yöntemlerin sistematize edilememiş hali de eklenince tedaviler tam anlamıyla bir karmaşa içine itilmiştir…İnsana bütünsel bir yaklaşımla tedavi edilemeyecek hastalık yoktur… Aşağıda yer alan hastalık listesi tedavi ettiğimiz hastalıklara örnek olması amacıyla size yol gösterici olacaktır. İskelet Sistemi Hastalıkları; Kireçlenme – Bel-Boyun Fıtıkları – Yumuşak Doku Romatizmaları – İltihaplı Eklem Romatizmaları – Kas Hastalıkları – Lupus – Tenisçi Dirseği – Menisküs – Tendinit ve Bursitler, Cilt Hastalıkları; Akne – Egzema –Sedef – Atopik dermatit – Ürtiker – Liken – Zona dogal-tedavi, Sindirim Sistemi Hastalıkları; Ülseratif Kolit – Crohn – FMF- Kronik Gastrit – Mide Ülseri – Onikiparmak Barsağı Ülserleri – Reflü – Kronik Kabızlık ve İshal – Hemoroid ve Fissürler -Spastik Kolit (İrritabl Barsak Hastalığı) – Karaciğer Sorunları, Sinir Sistemi Hastalıkları; Anksiyete – Depresyon- Panik Atak – Uyku Bozuklukları – Baş ağrıları ve Migren – Tremor –Multiple Skleroz – Parkinson Hastalığı – Huzursuz Bacak Sendromu – Polinöropati, Kalp-Damar Sistemi Hastalıkları; Koroner Kalp Hastalıkları – Hipertansiyon – Ritim Bozuklukları- Periferik Damar Tıkanıklıkları -Reynaud – Dolaşım Bozuklukları – Varis, Solunum Sistemi Hastalıkları; Alerjik Rinit (Saman Nezlesi) – Kronik Sinüzit – Astım (K.O.A.H) – Kronik Bronşit, KBB Hastalıkları; İşitme Kayıpları – Vertigo – Ses Kısıklığı – Meniere – Sinüzit, Göz Hastalıkları; Üveit – Glokom- Retinal Damar Tıkanıkları – Diyabetik Retinopati – Sarı Nokta, Genel Metabolik Sorunlar; Kronik Yorgunluk – Obezite (Kilo Sorunları) – Bağışıklık Sistemi Zayıflığı -Genel Detoksifikasyon (Toksinlerden Arınma), Ürogenital Sistem Hastalıkları; Prostatit – Kronik İdrar Yolu Enfeksiyonları – Adet Bozuklukları – Yumurtalık Kistleri – İnfertilite – Kısırlık – İmpotans – Erken Menopoz, Çocuk Hastalıkları; İştah eksikliği – Alt Islatma (Enürezis) – Dikkat Eksikliği Hiperaktivite – Mental Retardasyon ve Otizm, Onkoloji Hastalıkları; Bütün onkolojik hastalıklarda destek tedavisi.”* ifadelerine, hastalara ait çeşitli vaka sunumlarına, hastalık görüntülerine ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ait görüntülerine yer verildiği,

www.facebook.com/alternatipsym adresli internet sitesinin 22.07.2016 tarihli görünümünde;

*“Merhaba, yaşamınızı zorlaştıran hastalıklarınızdan kurtulun! Ve işe tedavilerimizi incelemekle başlayın… Migren Tedavisinde %50 İndirim Haftası Başladı. Kampanya 8-18 Şubat tarihleri arasında müracaat eden migren hastalarının tedavi seanslarında geçerlidir… “Amaç sineklerle uğraşmak değil bataklığı kurutmak olmalıdır” ilkesiyle hareket eden Alternatıp, hastalığı, şikayeti baskılamaya yönelik değil, esas nedeni tedavi etmeye yönelik olan uğraşlarıyla, tedavisi olmayan binlerce hasta ve hastalıklara çözüm olmuş ve olmaya devam etmektedir…”* ifadelerine yer verildiği; bununla birlikte anılan şahıs tarafından *“Bitkisel Tedavi Uzmanı”* unvanının kullanıldığı,

[www.alternatip.com.tr](http://www.alternatip.com.tr) adresli internet sitesinin 17.03.2016 ve 21.07.2016 tarihli görünümlerinde;

*“Neden Alternatif Tıp?”* başlığı altında; *“Hastalıkların tespiti üzerine teknolojik olarak ciddi adımlar atılırken, tedavi adına yapılanlar yetersiz kalmaktadır. …Tedavi adına yapılanlar ise günü geçirecek tedbirler noktasından ileriye geçememektedir…* *Hal böyle olunca da 7000 yıllık doğal tedaviler, eski tıbbi uygulamalar tekrar gün yüzüne çıkmış ve 60-70 senelik tarihe sahip olan modern tıbbi uygulamalar sorgulanmaya başlanmıştır. Dr. İbrahim YILMAZ kendi bünyesinde Doğalzane’yi kurarak Türkiye’de ilk defa doktor kontrolünde doğal-bitkisel droglara özel bir firma oluşturmuştur.**Dr. İbrahim YILMAZ 10 yıllık doğal tedavi tecrübesiyle; Bitkisel Tedavi, Hacamat ve diğer doğal tedavileri başarı ile uygulamaktadır.”* ifadelerine,

[www.facebook.com/dr.ibrahimyilmaz/](http://www.facebook.com/dr.ibrahimyilmaz/) adresli internet sitesinin 22.07.2016 tarihli görünümünde;

*“Uzman doktorunuza başvurun. Bağışıklık sistemini düzenleyen ve vücudun arınma mekanizmasını normalleştiren bitkisel tedavi, hacamat tedavisi, sülük tedavisi, ozon tedavisi ve manyetik alan tedavisi gibi tedaviler alanında uzman doktorların kontrolünde yapılmalıdır. Bitkisel tedavi ile FMF(Ailesel Akdeniz Ateşi) kalıcı bir şekilde iyileşmekte, hastalar ömür boyu ilaç kullanmaktan kurtarılmaktadır. Tedavisini yaptığımız onlarca hastamızdan gelen güvenle bu ifadeleri kullanabiliyoruz…”*ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan hususların hekimler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere ilişkin olduğu ve söz konusu tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ilgili mevzuata aykırı olduğu, anılan tanıtımların sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek, hekimler tarafından uygulanan tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturduğu ve bu suretle diğer hekimler ve kuruluşlar aleyhine haksız rekabete yol açtığı,

Diğer taraftan anılan şahıs tarafından “Bitkisel Tedavi Uzmanı” unvanının kullanıldığı, söz konusu unvanın ilgili mevzuatta geçmemesi nedeniyle anılan şahıs tarafından kullanımının mevzuata aykırı olduğu,

Bununla birlikte söz konusu ifadeler vasıtasıyla bahsi geçen hastalıkların modern tıp haricindeki yollarla çözüldüğü izleniminin oluşturulduğu ve bu suretle toplumun pozitif bilime olan güveninin sarsılarak halk sağlığının tehlikeye atıldığı, dolayısıyla tüm bu durumların;

- 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 Yönetmeliği’nin 5/1-b, 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 Kanun’un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**16)**

**Dosya No: 2016/1082**

**Şikayet Edilen: Özdoğan Sağlık ve Turizm Hizm. Tic. Ltd. Şti. (Bosphorus Hair Saç Ekim Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşa ait [www.bosphorushair.com/tr/](http://www.bosphorushair.com/tr/) adresli internet sitesinin 26.08.2016 tarihli görünümünde;

Anasayfada yapılan tanıtımlarda; *“12 yıllık tecrübe ile saç ekimi konusunda uzmanlaşmış Asya Doğan koordinatörlüğünde kurulan Bosphorus Haır Saç Ekim ve Estetik Merkezi. Saç Ekimi Fiyatları; Bosphorus Hair Yurt dışı ve Yurt içinden gelen tüm müşterilerine uygun fiyatlara hizmet sunuyor. En iyi saç ekim tekniği; Dünya standartlarında teknik ekip ve teçhizatla son teknoloji saç ekimi yapılmaktadır. Saç ekimi yaptıran kişilerde hem sosyal yaşamlarında ve de özgüven sahibi olabilmekte”,* “Hakkımızda”başlığı altında*; “Asya Doğan koordinatörlüğünde kurulan Bosphorus Haır Saç Ekim ve Estetik Merkezi. Bosprorus Haır Kurumsal, 12 Yıllık tecrübe ile saç ekimi konusunda uzmanlaşmış Asya Doğan Koordinatörlüğünde kurulan Bosphorus Hair Saç ekim ve estetik merkezi, saç ekimi ve tedavileri konusunda dünyada en güzel (gelişmiş) yöntemleri uygulamaktadır. Tecrübeli ekibimiz Aile ortamında medikal misafir anlayışımız ve gelişmiş tıbbi hizmetlerimizle saç ekimi ve estetik operasyonlarda hizmetinizdeyiz. Hizmetlerimiz aşamasında çalışanlarımızı sürekli eğitimlerle destekleyerek, iyileştirme süreçlerinde etkin kılmak, hizmetlerimizi geliştirme politikamızda önemli bir yere sahiptir. Vizyonumuz; Ülkemizde ve yurt dışında, kalite standartlarımızı daima yükselterek hizmet ağımızı genişletmek, sahip olduğumuz saç ve estetik alanında ki kalite unvanını korumak ve marka bilinirliğimizi tüm dünya ülkelerine yaymak. Misyonumuz; Sağlıklı görünmenin birinci adımı olan saç ve estetik konularında, çağdaş standartlarda, bütüncül kalite anlayışı içerisinde toplumun değerlerine saygılı bir hizmet yaklaşımı sınır tanımadan sunmak.”* “Neden saç ektirmeliyiz?” başlığı altında; *“Biz İnsanların dış görünüşünde oldukça önemli unsurların başında saç gelmektedir. Bay ve bayan da en önemli aksesuar saç dersek yanlış söylemiş olmayız. Her bir bireyin kişisel özellikleri arasında ilk sırada ki özellik saç özelliğidir. Saçların ciddi ölçüde değişimi ile bireylerin dış görüntüsünü tamamen olumlu yönde değiştirebildiği için estetik anlamda keskin görüntüler ortaya koyarak kişide öz güven ve mutluluk hazzı vermektedir. Saçların yer, yer seyrek olması veya hiç olmaması ise kişilerin kendine olan öz güvenlerini önemli ölçüde etkilemekte ve fiziksel olumsuzluklardan daha ziyade, psikolojik sorunlar baş göstermekte, kişinin güven kaybı yaşamasına ciddi bir neden olmaktadır. Saç ekimi, günümüzde kişinin saç problemini tamamen ortadan kaldıran bir yöntem olarak özgünce uygulanmaktadır. Saç problemi artık çözümsüz olmaktan çıkmış, yaşam süresince kişinin yaşaması gereken estetik sorunu olmaktan çıkmıştır. Saçsızlığa karşı uygulanan teknoloji ve yöntemler ile son yıllarda önemli ölçüde başarılı ve doğal uygulamalar yapılmaktadır. Saç ekimi yaptıran kişilerde hem sosyal yaşamlarında ve de özgüven sahibi olabilmekte ve saç ekimi sayesinde daha estetik bir görünüm elde edilebilme mutluluğunu yaşamaktadırlar.”* ifadelerine yer verildiği,

Diğer taraftan kuruluşun isminin “Saç Ekim Merkezi” olarak belirtildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yapılan tanıtımlarda yer verilen ifadelerin doktor tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlem olan “saç ekimi” işlemine yönelik talep uyandırdığı, tıbbi işlemlerin tanıtımının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olduğu,

Diğer taraftan, firmanın sağlık kuruluşu olarak ruhsatlandırılmadığı ve söz konusu tıbbi işlemlerin hekim olmayan kişiler tarafından uygulandığının anlaşıldığı, anılan internet sitesi aracılığıyla anlaşmalı sağlık kuruluşları lehine aracılık faaliyetinde bulunulduğu ve bu durumun diğer sağlık kuruluşları açısından haksız rekabete sebep olduğu, dolayısıyla bütün bu durumların;

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

- 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 Yönetmeliği’nin 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 **Özdoğan Sağlık ve Turizm Hizm. Tic. Ltd. Şti.** **(Bosphorus Hair Saç Ekim Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2016/1564**

**Şikayet Edilen: Dr. Fatma Banu ÖZTÜRK CEYHAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com/endokrinolojivemetabolizma/](http://www.facebook.com/endokrinolojivemetabolizma/) adresli internet sitesinde ve *"Hayata Yeniden Başlayın"* ibareli açık hava ilanlarında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava ilanı

**Tespitler:** Kuruluşa ait açık hava ilanlarında *“Hayata Yeniden Başlayın”* ibareli açık hava ilanlarında, *“****Bir Dr. Banu Ceyhan Projesidir****. Bölgesel incelmede devrim. Türkiye’de ilk ve tek…”* ifadelerine yer verildiği,

[www.facebook.com/endokrinolojivemetabolizma/](https://www.facebook.com/endokrinolojivemetabolizma/) adresli internet sitesinin 04.08.2016 tarihli görünümünde, ilgili mevzuat gereği reklamının yapılması yasak olan “Forxia, Ryzodeg, Tujeo/solostar” vb. ilaç ve / veya beşeri tıbbi ürün kategorisindeki tıbbi ürünlerin tanıtımının yapıldığı; ayrıca *“Hayata Yeniden başlayın. Bölgesel incelmede devrim. Türkiye’de ilk ve tek… Selülitte Devrim. Selülit Tedavisi. Türkiye’de ilk ve tek Aydın’da, …Görmek istemiyorsanız yeni nesil Shock Wawe ile Selülit tedavisi. Yeni nesil Shock Wawe ile 1 ay da hızlı ve konforlu çözüm arayanlara… Göz altı morluk ve kırışıklıklarınızdan 5 dakikada kurtulabilirsiniz”* ifadelerine ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği,

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluş bir güzellik salonu olarak faaliyet göstermesine rağmen, *“Hayata Yeniden Başlayın”* ibareli açık hava ilanlarında, kuruluşun türü belirtilmeyerek tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve söz konusu reklamda geçen *“****Bir Dr. Banu Ceyhan Projesidir****. Bölgesel incelmede devrim. Türkiye’de ilk ve tek…”* ifadeleri sebebiyle, kuruluşun bir sağlık kuruluşu olduğu algısı yaratıldığı,

Diğer taraftan inceleme konusu internet sitesinde yer alan tanıtımlardaki ifade ve görüntülerin hekimler tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere ilişkin olduğu ve söz konusu tıbbi işlemlerin reklamının yapılmasının ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, tüm bu durumların sağlık alanında çalışan şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm vererek, söz konusu tıbbi işlemlere yönelik talep oluşturduğu ve bu suretle diğer hekimler ve kuruluşlar aleyhine haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla anılan tanıtımların;

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

- Beşerî Tıbbi Ürünlerin Tanıtım Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliğin 5/c maddesi,

-1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 24. 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 Geçici 5 inci maddesinin 2 inci fıkrası,

- İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmeliğin J maddesi,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 Kanun’un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**18)**

**Dosya No: 2015/616**

**Şikayet Edilen:** **Funda SEVİM (Inform Diyet&Form&Estetik)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.informdiyet.com, www.diyetsagliklibeslenme.com, www.ciltbakimiankara.net adresli internet siteleri ile www.facebook.com adresli internet sitesinin söz konusu kuruluşa ait sayfasında yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu kuruluşun; [www.informdiyet.com,](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.informdiyet.com%2C) [www.diyetsagliklibeslenme.com,](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.diyetsagliklibeslenme.com%2C) [www.ciltbakimiankara.net](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.ciltbakimiankara.net) adresli internet siteleri ile [www.facebook.com](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.facebook.com) adresli internet sitesinin kuruluşa ait sayfasının 14.06.2016 tarihli görünümlerinde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, Kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, kuruluş bünyesinde hizmete sunulan *VelaShape Selülit Tedavisi ve İncelme Cihazı, Eximia Bölgesel Zayıflama Cihazı, X Stone Cilt Sarkmalarının Toparlanması ve Elastikiyet Kazandırma Cihazı* gibi cihazlara ilişkin olarak; *" (...) Yaklaşık beş yıllık klinik tecrübeler neticesinde Velashape II, kullanıcılarına istedikleri güvenli ve etkili vücut şekilllendirme uygulamalarını ameliyatsız bir şekilde sunmaktadır. ... Gözle görülebilir sonuçlar için 4 uygulama yeterlidir. (...) İstenmeyen yağlardan kurtulmak adına tasarlanan EXIMIA; bugüne kadar yapılan uygulamalardan sonuç alamayanlar, ... , uzun süre diyet yapıp bölgesel yağlarından kurtulamayanlar için mucize bir yöntemdir! (...)"* şeklinde ifadelere yer verildiği ve ayrıca hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kuruluşun; [www.informdiyet.com,](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.informdiyet.com%2C) [www.diyetsagliklibeslenme.com,](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.diyetsagliklibeslenme.com%2C) [www.ciltbakimiankara.net](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.ciltbakimiankara.net) adresli internet siteleri ile [www.facebook.com](file:///C%3A%5CUsers%5CMesut%5CDownloads%5Cwww.facebook.com) adresli internet sitesinin kuruluşa ait sayfasının 14.06.2016 tarihli görünümlerinde; kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon, Selülit Tedavisi, Kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, kuruluş bünyesinde hizmete sunulan *VelaShape Selülit Tedavisi ve İncelme Cihazı, Eximia Bölgesel Zayıflama Cihazı, X Stone Cilt Sarkmalarının Toparlanması ve Elastikiyet Kazandırma Cihazı* gibi cihazlara ilişkin olarak; *" (...) Yaklaşık beş yıllık klinik tecrübeler neticesinde Velashape II, kullanıcılarına istedikleri güvenli ve etkili vücut şekilllendirme uygulamalarını ameliyatsız bir şekilde sunmaktadır. ... Gözle görülebilir sonuçlar için 4 uygulama yeterlidir. (...) İstenmeyen yağlardan kurtulmak adına tasarlanan EXIMIA; bugüne kadar yapılan uygulamalardan sonuç alamayanlar, ... , uzun süre diyet yapıp bölgesel yağlarından kurtulamayanlar için mucize bir yöntemdir! (...)"* şeklinde talep yaratıcı ifadelere yer verildiği ve ayrıca hastaların öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir. Söz konusu kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmamasına rağmeninceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

- Ayakta Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmeliğin Geçici 5 inci maddesi,

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/ğ; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Funda SEVİM (Inform Diyet&Form&Estetik)** hakkında, 6502 sayılı Kanunun 63 üncü ve 77/12 inci uyarınca **anılan reklamları durdurma** cezası verilmesine karar verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2015/1203**

**Şikayet Edilen: Dünya Göz Hastanesi San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Vision isimli derginin İlkbahar - Yaz 2015 sayısında yer alan *"Intralase İlasik İle Gözlükler Rafa Kalkıyor ... Hastalarımız gözlük bağımlılığından kurtuluyor"* ifadelerinin yer aldığı tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** İlkbahar-Yaz/2015

**Yayınlandığı Mecra:** Dergi

**Tespitler:** Söz konusu dergide anılan kuruluşa ilişkin haberler ve kurumsal bilgilere, kuruluş bünyesinde hizmet verilen alanlara ve kullanılan teknolojilere ilişkin ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu ücretsiz yayınlanan ve anılan kuruluş bünyesindeki hastanelere gelen hastalara sunulan derginin, bilgilendirme ve eğitim materyali kapsamında olduğu ve reklam materyali niteliğinde değerlendirilemeyeceği kanaatine varılarak, söz konusu başvurunun 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2016/1388**

**Şikayet Edilen:** **Arif YİGEN (Metis Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.metisguzellikmerkezi.com](http://www.metisguzellikmerkezi.com) adresli internet sitesinin 23.08.2016 tarihli görünümünde; kuruluşun ***“****Metis Güzellik Merkezi ve Metis Beauty Club And Wellness”* olarak isimlendirildiği, ayrıca ilgili internet sitesinin isminin [www.metisguzellikmerkezi.com](http://www.metisguzellikmerkezi.com) olduğu, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, ana sayfada; “*Lazer epilasyon ile kalıcı çözümlere merhaba…Metis Güzellik Merkezi…Lazer epilasyonu ile pürüzsüz hayat rahatlığı sizde yaşayın…” ,* *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“NEDEN BİZ…Müşteri Memnuniyeti…TECRÜBE 100%...PROFESYONELLİK 100%...GÜLERYÜZ 100%...HİJYEN 100%...KISACA BİZ…”* ifadelerine yer verildiği, Ayrıca *“Kampanyalarımız”* başlığı altında; *”Lazer epilasyonda tüm vücut 1000 TL…Bölgesel incelme ve zayıflamada yaz fırsatı 40 seans 600 TL…”* gibi tıbbi işlemlere yönelik kampanyaların düzenlendiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Şikayet edilen kuruluşun bir “güzellik salonu” olarak faaliyet gösterdiği, İnceleme konusu [www.metisguzellikmerkezi.com](http://www.metisguzellikmerkezi.com) adresli internet sitesinin 23.08.2016 tarihli görünümünde; kuruluşun ***“Metis Güzellik Merkezi ve Metis Beauty Club And Wellness”*** olarak isimlendirildiği, ayrıca internet sitesinin [www.metisguzellikmerkezi.com](http://www.metisguzellikmerkezi.com) adresli olduğu, ilgili mevzuatta bu şekilde tanımlanan bir sağlık kuruluşu türünün bulunmadığı,söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı, kuruluşun sunduğu hizmetler arasında; *“Lazer Epilasyon, Leke Tedavisi, Kavitasyon”* gibi doktor kontrolünde uygulanması gereken tıbbi işlemlerin tanıtımının yapıldığı, Ana sayfada; “*Lazer epilasyon ile kalıcı çözümlere merhaba…Metis Güzellik Merkezi…Lazer epilasyonu ile pürüzsüz hayat rahatlığı sizde yaşayın…”,“Hakkımızda”* başlığı altında; *“NEDEN BİZ… Müşteri Memnuniyeti…TECRÜBE 100%...PROFESYONELLİK 100%...GÜLERYÜZ 100%...HİJYEN 100%...KISACA BİZ…”* ifadelerine yer verildiği, *“Kampanyalarımız”* başlığı altında; *”Lazer epilasyonda tüm vücut 1000 TL…Bölgesel incelme ve zayıflamada yaz fırsatı 40 seans 600 TL…”* gibi tıbbi işlemlere yönelik kampanyaların düzenlendiği tespit edilmiştir.

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; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun “güzellik salonu” olarak açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı; 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 Yönetmeliğin 16 ncı maddesi,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Arif YİGEN (Metis Güzellik Salonu)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2016/1390**

**Şikayet Edilen:** **Rukiye KÜÇÜK (Tuana Güzellik Salonu)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Kuruluşa ait [www.tuanaguzellikmerkezi.com](http://www.tuanaguzellikmerkezi.com) adresli internet sitesinin 24.08.2016 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Tuana Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, ayrıca söz konusu internet sitesinin [www.tuanaguzellikmerkezi.com](http://www.tuanaguzellikmerkezi.com) şeklinde isimlendirildiği, sunulan hizmetler arasındasayılan *“Lazer Epilasyon”* başlığı altında; *“Lazer epilasyon uygulaması ile tüylerinizden sonsuza dek kurtulun…Lazer Epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı, en zahmetsiz ve en sağlıklı yoludur. Lazer Epilasyonda kullanılan lazer ışığının dalga boyu melanıin pigmenti tarafından emilme özelliğine sahiptir. Soğutma sistemli lazer tekniği yapılan lazer epilasyon ile lazer ısısı cilde zarar vermeden doğrudan kıl kökünü yok eden ısıya dönüşür.Salonumuzda kullandığımız cihaz oldukça kaliteli bir cihaz olup, çin-kore malı değildir. İşlem güzellik uzmanımız tarafından yapılmaktadır. Ağrısızdır ve yanma riski yoktur.”*ifadelerine, *“Ziyaretçi Defteri”* başlığı altında doktor kontrolünde uygulanması gereken bir işlem olan *“lazer epilasyon”* konusunda talep yaratıcı ve kuruluşa yönlendirme yapan yorumlara, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Antalya' da 2010 senesinde kurulan Tuana Güzellik Merkezi deneyimli ve profesyonel kadrosuyla uzmanlar eşliğinde lazer epilasyon…konularında hizmet vermektedir.”* ifadelerine, *“Kampanyalarımız”* başlığı altında; *“Haziran-Temmuz aylarına özel 100 kişiyle sınırlı muhteşem bir kampanya....Son sistem diot ve exem ıce sistemle; jelsiz, soğuk hava üflemeli, ağrısız, acısız, açık renkli tüyler dahil başarılı olan, lazer epilasyonla istenmeyen tüylerinizden siz de kurtulun... Üstelik epilasyon seanslarının hemen sonrası itibariyle sonuç alacağınız ve bir sonraki seansınıza kadar kıl sorununuzun olmayacağı bir şekilde dolaşabileceğiniz bir sistemle…Haziran - Temmuz ayları için 100 kişi ile sınırlı tüm vücut ( koltukaltı, genital bölge, yarım bacak) 1200 TL.Detaylı bilgi: 0546 261 32 61…Kampanyamızdan faydalanmak için acele edin....”* gibi fiyat ve kampanya bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşa ait [www.tuanaguzellikmerkezi.com](http://www.tuanaguzellikmerkezi.com) adresli internet sitesinin 24.08.2016 tarihli görünümünde; kuruluşun*“Tuana Güzellik Merkezi”* olarak isimlendirildiği, ayrıca söz konusu internet sitesinin alan adının [www.tuanaguzellikmerkezi.com](http://www.metisguzellikmerkezi.com) şeklinde olduğu, söz konusu tanıtımlarda kuruluşun türünün açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı, sunulan hizmetler arasındasayılan *“Lazer Epilasyon”* başlığı altında; *“Lazer epilasyon uygulaması ile tüylerinizden sonsuza dek kurtulun… Lazer Epilasyon istenmeyen tüylerden kurtulmanın en hızlı, en zahmetsiz ve en sağlıklı yoludur. Lazer Epilasyonda kullanılan lazer ışığının dalga boyu melanıin pigmenti tarafından emilme özelliğine sahiptir. Soğutma sistemli lazer tekniği yapılan lazer epilasyon ile lazer ısısı cilde zarar vermeden doğrudan kıl kökünü yok eden ısıya dönüşür.Salonumuzda kullandığımız cihaz oldukça kaliteli bir cihaz olup, çin-kore malı değildir. İşlem güzellik uzmanımız tarafından yapılmaktadır. Ağrısızdır ve yanma riski yoktur.”*,*“Ziyaretçi Defteri”* başlığı altında doktor kontrolünde uygulanması gereken bir işlem olan *“lazer epilasyon”* konusunda talep yaratıcı ve kuruluşunuza yönlendirme yapan yorumlara, *“Hakkımızda”* başlığı altında; *“Antalya' da 2010 senesinde kurulan Tuana Güzellik Merkezi deneyimli ve profesyonel kadrosuyla uzmanlar eşliğinde lazer epilasyon…konularında hizmet vermektedir.”* Ifadelerine yer verildiği,*“Kampanyalarımız”* başlığı altında; *“Haziran-Temmuz aylarına özel 100 kişiyle sınırlı muhteşem bir kampanya....Son sistem diot ve exem ıce sistemle; jelsiz, soğuk hava üflemeli, ağrısız, acısız, açık renkli tüyler dahil başarılı olan, lazer epilasyonla istenmeyen tüylerinizden siz de kurtulun... Üstelik epilasyon seanslarının hemen sonrası itibariyle sonuç alacağınız ve bir sonraki seansınıza kadar kıl sorununuzun olmayacağı bir şekilde dolaşabileceğiniz bir sistemle…Haziran - Temmuz ayları için 100 kişi ile sınırlı tüm vücut ( koltukaltı, genital bölge, yarım bacak) 1200 TL.Detaylı bilgi: 0546 261 32 61…Kampanyamızdan faydalanmak için acele edin....”* gibi fiyat ve kampanya bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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; ayrıca inceleme konusu tanıtımlarda kuruluşun “güzellik salonu” olarak açıkça belirtilmemesi sebebiyle tüketicilerin yanıltıldığı; dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı olarak benzer kuruluşlar arasında haksız rekabete yol açtığı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu, tüm bu durumların da;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 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 **Rukiye KÜÇÜK (TUANA GÜZELLİK SALONU)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**22)**

**Dosya No: 2016/75**

**Şikayet Edilen: M.H. Göz Özel Sağlık Hiz. İnşaat Turizm Gıda Tarım San. Tic. ve A.Ş.-Tarsus Maya Göz Hastanesi**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Excimer Lazer ile Gözlüksüz Net ve Keskin Görüş"*** ibareli açık hava reklamı

**Reklam Yayın Tarihi:** 26**.**08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık hava ilanı, İnternet

**Tespitler:** İnceleme konusu açık hava ilanında, *“Excimer Lazer İle Gözlüksüz Net ve Keskin Görüş. Gören ve Gülen Gözler İçin… Tarsus Maya Göz. Randevu için 0324 614 77 00”* şeklinde ifadelere ve çekiçle kırılan gözlük görseline yer verildiği; **www.tarsusmayagoz.com** adresli internet sitesinde, “*Gören Güzel Gözleriniz İçin. Bize Ulaşın 0 324 614 77 00-01*” ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu açık hava ilanında yer alan, *“Excimer Lazer İle Gözlüksüz Net ve Keskin Görüş. Gören ve Gülen Gözler İçin… Tarsus Maya Göz. Randevu için 0324 614 77 00”* şeklinde ifadeler ile çekiçle kırılan gözlük görseline yer verilerek gözlük kullanımının kötülendiği;

**www.tarsusmayagoz.com** adresli internet sitesinde yer alan, “*Gören Güzel Gözleriniz İçin. Bize Ulaşın 0 324 614 77 00-01*” ifadeleriyle de gözlük kullanan hastaların “lazer” yöntemine yönlendirildiği, ayrıca söz konusu tanıtımlarda doktor tarafından uygulanması gereken bu tür tıbbi işlemlerin üstünlükleri ve avantajları anlatılarak, tıbbi işlemlerin reklamının yapıldığı, bu durumun anılan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar açısından haksız rekabete yol açtığı, dolayısıyla tüm bu durumların;

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

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

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 10; 26 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **M.H. Göz Özel Sağlık Hiz. İnşaat Turizm Gıda Tarım San. Tic. ve A.Ş.-Tarsus Maya Göz Hastanesi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**23)**

**Dosya No: 2016/1555**

**Şikayet Edilen: Hakkı DUMAN**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından [www.srvprostatseti.gen.tr](http://www.srvprostatseti.gen.tr) ve [www.sifalisepet.com](http://www.sifalisepet.com) adresli internet sitelerinde **“SRV Prostat Seti”** ve **“Kinoa Doğal İçecek”** adlı ürünlere yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.srvprostatseti.**](http://www.srvprostatseti.)**gen.tr adresli internet sitesinin kapalı olduğu ve yine şahsa ait** [**www.sifalisepet.com**](http://www.sifalisepet.com) **adresli internet sitesine yönlendirme yaptığı,** [**www.sifalisepet.com**](http://www.sifalisepet.com) **adresli internet sitesinin 23.08.2016 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda ise;** *“****SRV Prostat Seti*** *- Özellikle ileri yaşta olan erkeklerin endişe duyduğu ve günlük yaşamlarını daha fazla kâbusa dönüştüren sorunlardan birisi; prostat hastalığıdır. Prostat hastalığı ile baş edebilmek için son dönemlerde birçok erkek önlem almak için SRV prostat seti ürünlerini kullanmaya başlamışlardır. SRV prostat seti aynı amacı taşıyan ve üç farklı ürünün birleşmesi sonrası set halinde kullanılan ve özellikle doğal içerikleri sayesinde prostat şikayeti yaşayan erkeklerin bu sorunundan kurtulabilmek için yardımcı olan doğal bir üründür. SRV prostat seti belli bir kullanım sonrasında prostat şikayetinin ortadan kalkmasına yardımcı olmaktadır. SRV prostat seti içerisinde;  bir adet yakı otu çayı, bir adet yakı otu karışım macunu ve bir adet Formula 21 tablet bulunmaktadır...* ***Kinoa Doğal İçecek*** *- Diyet listelerinde de adı geçen Kinoa yüksek oranda lif içermesi açısından kilo vermeye yardımcı olur. Çünkü uzun süre tok tutması nedeniyle ve ayrıca besin lifi ile sindirim sisteminin hızlı çalışmasını sağlayıcı özelliği ile destek olmaktadır. Protein içermesi tok tutmayı sağlar ve besin lifi de kan şekeri dalgalanmalarını önleyerek öğünler arasında ortaya çıkabilecek mide kazınmalarına engel olur. Ancak çok fazla tüketilmesi yüksek kalorili olması nedeniyle kilo aldırır. Buğday, arpa, yulaf gibi tahıllardan çok daha fazla besin lifi içeren Kinoa, özellikle kabızlığa karşı önlem almaktadır. Kabızlığın tetiklemiş olduğu hemoroide karşı da önlem olarak tüketilebilir. Kinoa; diyabet hastalarında kan şekeri kontrolü ne de yardımcı olmaktadır. B12 içeren Kinoa; kas ve beyin hücrelerindeki enerji metabolizmasına da katkı sağlamak neticesinde vücudun enerji üretimini de destekleyerek halsizliği giderir. Ayrıca magnezyum minerali içermesiyle damarları rahatlatan etkisi olan Kinoa; kronik migrene karşı da önerilen gıdalar arasındadır. İçeriğinde bulunan manganez ile vücudun enerji üretimi sırasında oluşmuş olan hücre hasarına karşı koruma sağlar. Manganezin antioksidan etkisi özellikle kırmızı kan hücreleri olmak üzere tüm hücrelerdeki serbest radikallere karşı korunmaya yardımcı olur. Kötü kolesterolü düşürürken iyi kolesterolü yükselten Kinoa her açıdan tüketimi sağlanması gereken bir besindir…”* 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 olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir 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 ifade, reklam ve tanıtımların;

- 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 Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-b; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a; 9/1, 9/2, 9/3, 9/4 ve 26/1 inci maddeleri,

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunu’nun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**24)**

**Dosya No: 2016/1603**

**Şikayet Edilen: Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından **“Torku Tofi”** ve **“Torku Festa”** adlı şekerleme ürünlerine yönelik olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.06.2016 – 06.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: *“Torku Şekerleme”* isimli ürünlere ilişkin televizyon reklamlarının,

47 saniyelik uzun reklam versiyonunda;

*“Güvenin ve paylaşmanın benzersiz lezzeti,* ***doğal olarak*** *herkesin seveceği,* ***sevginin en masumu****, en şekeri… İşte Torku’dan Türkiye’ye* ***glikoz şurubu içermeyen şekerler****… Yumuşak şeker Tofee, sert şeker Festa… Sevdiklerinin değerini bilenlere, afiyet şeker olsun Türkiye”* ifadeleri ile altyazıda ***“Bitki özlerinden, yüksek lif kaynağı”*** ve ***“Glikoz şurubu içermez”*** ifadelerine yer verildiği,

26 saniyelik reklam versiyonunda;

*“****Sevginin en masumu,*** *en şekeri… İşte Torku’dan Türkiye’ye* ***glikoz şurubu içermeyen lif kaynağı şekerler****… Yumuşak şeker Tofee, sert şeker Festa. Sevdiklerinin değerini bilenlere, afiyet şeker olsun Türkiye”*,

14 saniyelik reklam versiyonunda ise;

*“İşte Torku’dan Türkiye’ye* ***glikoz şurubu içermeyen lif kaynağı şekerler…*** *Yumuşak şeker Tofee, sert şeker Festa. Sevdiklerinin değerini bilenlere, afiyet şeker olsun Türkiye”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

Söz konusu televizyon reklamlarının 27 Haziran - 7 Temmuz 2016 tarihleri arasında muhtelif ulusal ve yerel kanallarda yayınlandığı beyan edilmiştir.

Diğer taraftan inceleme konusu ürünlere yönelik, firma tarafından gönderilen ürün ambalajları incelendiğinde;

Torku Festa isimli ürüne ilişkin ambalaj üzerinde ***“Glikoz şurubu içermez. Doğal bitki özünden. Yüksek lif kaynağı”*** ifadelerine ve ürüne ilişkin Enerji ve Besin Öğeleri tablosunda **100 gr’da lif oranının 9,7 gr olarak beyan edildiği,**

Torku Tofee isimli ürüne ilişkin ambalaj üzerinde ***“Glikoz şurubu içermez. Doğal bitki özünden. Yüksek lif kaynağı”*** ifadelerine ve ürüne ilişkin Enerji ve Besin Öğeleri tablosunda **100 gr’da lif oranının 11,6 gr olarak beyan edildiği**,

Ayrıca yine söz konusu ürünlere yönelik etiket üzerinde yer alan içerik bilgisinde **invert şeker şurubu beyanının yer aldığı** tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.** tarafından **“Torku Tofi”** ve **“Torku Festa”** adlı şekerleme ürünlerine yönelik olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlarda ve ürün ambalajları üzerinde yer verilen *“Glikoz şurubu içermez”* ifadesi ile ürün içeriğinde glikoz şurubu kullanılmamış olmasının vurgulandığı, söz konusu ifadenin diğer firmalar aleyhine kötüleyici bir etki yaratmadığı, geliştirdiği üretim yöntemi ile bisküvi ürünlerinde glikoz şurubu kullanmayan firmanın bu hususa ilişkin olarak tüketicileri bilgilendirdiği,

*“Doğal bitki özünden. Yüksek lif kaynağı”* ifadesine ilişkin olarak ise, Torku Festa isimli ürünün ambalajı üzerinde yer alan Enerji ve Besin Öğeleri tablosunda **100 gr’da lif oranının 9,7 gr olarak,** Torku Tofi isimli ürünün ambalajı üzerinde yer alan Enerji ve Besin Öğeleri tablosunda ise **100 gr’da lif oranının 11,6 gr olarak** beyan edildiği ve ayrıca bu hususun laboratuvar analiz sonuçları ile de ispatlandığı, dolayısıyla reklamı yapılan şekerleme ürünlerine yönelik olarak ambalaj üzerinde yer alan lif oranının, gıda mevzuatının “yüksek lif içerir” şeklindeki beslenme beyanı için aradığı minimum miktarın üzerinde olduğu, bu itibarla inceleme konusu reklamlar ile ürün ambalajları üzerinde yer alan “yüksek lif içerir” ifadesinin ilgili gıda mevzuatına ve dolayısıyla reklam mevzuatına uygun olduğu,

“*Doğal olarak herkesin seveceği, sevginin en masumu, en şekeri*” şeklindeki ifadelerde ise “doğal” ve “masum” ibarelerinin tanıtımı yapılan şekerleme ürününü doğrudan niteleyecek şekilde kullanılmadığı ve inceleme konusu reklam metninde yer alan ifadelerde tüketicilerin sağlığını olumsuz etkileyecek şekilde reklam mevzuatına aykırı bir hususun bulunmadığı, dolayısıyla mezkûr ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olmadığı görüş ve kanaatine varılarak, söz konusu reklam ve tanıtımların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**25)**

**Dosya No: 2016/1680**

**Şikayet Edilen: İsmail GÖÇER**

**Şikayet Edilen Reklam:** Şahıs tarafından [www.ulusoysifacisi.com](http://www.ulusoysifacisi.com) adresli internet sitesinde muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar**.**

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [**www.ulusoysifacisi.com**](http://www.ulusoysifacisi.com) **adresli internet sitesinin 11.08.2016 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda;** “***Saf Arı Sütü 10 gr*** *– Genel Performansı artırır. A, D, E, K, H ve B-Kompleks (9 tane B Vitamini çeşidinin hepsini) Vitaminlerini içerir. C vitamini ise eser miktardadır. İnsan metabolizmasına çok yönlü ve olumlu tesiri olan HDA-10 içerir. 22 farklı esansiyel aminoasit içerir. Özellikle büyüme çağında olanlar, sporcular, performanslı yaşam sürmek isteyenler için önemli bir katkıdır. Hastalıklara karşı direnci artırıcıdır. Kansere karşı koruyucu antioksidan özelliğe sahiptir. Kanserle savaşımda çok önemli bir destektir. Kalp-Damar Sistemini güçlendirir. Cerrahi müdahale geçirmiş olanlar ile kalp hastalıklarından dolayı tedavi görenlere küçük dozlar kullanmaları şartıyla tavsiye edilir. Damarları açar, damar tıkanıklığını önler. Hipertansiyona faydalıdır. Hipertansiyonu olanlar ilk kullanmalarında küçük dozlarla başlayıp tedricen ideal miktarlara artırırlar. Hafızayı güçlendirir. Unutkanlığı giderir. Alzheimer ile mücadelede etkin bir destektir. Bağışıklık sistemini güçlendirir. Diyabetlere: Arı sütünün, B3, niasin ve biyotin içermesi, kandaki şeker seviyesinin kontrolüne yardımcı olur. Doğal ve güçlü antidepresandır. Hücrelerin yenilenmesini hızlandırır ve tetikler, böylece yaşamın tazelenmesini getirir. Deri problemlerini gidericidir. Teni güçlendirir ve görünümünü taze tutar. Dengeleyicidir; hareketli ve performanslı yaşama ve egzersize metabolik motivasyon sağlar. Anne karnından büyüme çağına zihinsel gelişime önemli katkı sağlar. Zindelik vericidir. Yoğun antibiyotik kullanıcılarını destekleyici besin olarak takviye eder. Hastalara rahatlatıcı etki verir. Sindirim sistemi rahatsızlıklarına iyi gelir. Hazmı kolaylaştırır ve hızlandırır. Kabızlığı önler. Reflü ve ülser rahatsızlıklarında rahatlatıcı etkisi vardır. Alerjilere: içerdiği aminoasitlerden glutamik asit alerjik insanları rahatlatıyor. Fizik kondisyonu artırır ve korur. Uzun süreli idmanlar için önemli bir destektir. Antibakteriyaldir. Sperm sayı ve kalitesinin artışının sağlar, böylece çocuk sahibi olmayı kolaylaştırır. Uyku düzensizliğini giderir. Adale ve kas arızalarının giderilmesine katkı sağlar. Kolesterol seviyesini kontrol altında tutar. Kemoterapi ve Radyoterapinin güçlü yan etkilerine karşı beden direncini artırır. Tanımlanamayan, taklidi yapılamayan ancak olumlu olağanüstü etkileri gözlenen bazı içeriklere sahiptir. Sırt Ağrısı: Siyatik, lumbago ve disk rahatsızlıklarına faydalı. Çünkü kasları gevşetiyor, yorgunluğu azaltıyor ve kişinin kendini daha zinde hissetmesini sağlıyor. Sporcuların ayak ağrılarına çözüm: Özellikle uzun süren antrenmanlardan sonra ayaklarda özellikle tenlerde yaşanan, tahriş veya deri hastalıklarına iyi gelir. İçinde bulunan echinacea ve hydroxydecanoic asitin bu tür sorunlara çok iyi geldiği araştırmalar ışığında tespit edilmiş. Akne ve Sivilceler: İçinde bulunan sülfür, fosfor, biyotin, B vitamini, yine içeriğindeki diğer enzimlerle birlikte, hormonlarda düzelmeyi sağlıyor ve sivilcelerden kurtulmak kolaylaşıyor. Tamamen doğadan yararlanarak iyileşmek isteyenler için ideal. Saç dökülmesi: kullanılan şampuana yüzde 3-5 oranında katılıp düzenli ve günlük kullanımında saç dökülmesini yüzde 80 oranında azalttığı gözlenmiştir. Ten güzelliği: Ağız yoluyla tüketildiğinde de ten sağlığına faydalı olan Arı sütü bulunduğu ortamı kurumaktan koruyup nemli tuttuğundan vücut şampuanına katılacak yüzde 1-2 oranında arı sütüyle nemli ve parlak bir cilde sahip olunur. Yorgunluk, halsizlik, bitkinlik ve çalışma isteksizliklerini gidererek organizmaya aktivite kazandırır. Enerji açığını kapatır. Beyin performansı gerektiren durumlarda özellikle öğrencilerin sınav dönemlerinde daha başarılı olmalarında, yorgunluk ve endişe duymamalarında yardımcı olur. Üstün hücre yenileyici özelliği nedeniyle yaşlanmayı geciktirir ve çocuk sahibi olmak isteyenlere yardımcı olur. Seks performansını en yüksek düzeye çıkartarak dengeli bir seks yaşantısının sürdürülmesi ile cinsel isteksizliklerin giderilmesine yardımcı olur. Sporcuların harcadıkları aşırı enerjiyi dengeler, yarışma önceleri yapılan kürlerle vücuda mukavemet ve aktivite kazandırarak sporcunun öz enerjisini en rantabl bir şekilde kullanması için beyin-beden uyumunu sağlar. Yaşlılıkla oluşan damar sertliğinin tedavisi, bitkinlik ve yaşama isteksizlikleri ile kandaki kolesterol-lipid seviyesinin ayarlanmasında yardımcı olur. Anemi (kansızlık) ve ağır kan kayıplarında organizmanın yeterli kan üretimini sağlar. Hastalıkların ve ameliyatların iyileşme dönemlerinin çabuklaştırılması ile zaafiyetlerde, nekahat dönemlerinde vücudun gıda rejimini desteklemek amacıyla kullanılmaktadır. Mide-bağırsak sistemine ait hastalıklarda (Kolit-Ülser-Gastrit) Böbrek ve idrar yolu hastalıklarında. Karaciğerin fonksiyonlarını tam olarak yerine getiremediği durumlarda ve alerjik rahatsızlıklarda. Solunum sistemi hastalıklarında (Tüberküloz, Astım, Bronşitte) Bayanların regl dönemlerindeki düzensizlik ve ağrıların giderilmesinde, Özellikle menapoz ve andrepoz dönemlerinde kadın ve erkeklerdeki yaşlanmaya bağlı şikayetlerin giderilmesinde. Vücut organlarının deforme olmadan orjinal şekillerinin korunmasında özellikle bayanların göğüslerinde süt verme fonksiyonunun arttırılmasında ve özel cilt bakımlarında. Hamilelerde gebeliğin sağlıklı geçmesinde, fetusun ve annenin sağlıklı beslenerek zararlı etkilerden korunmasında. Bebeklerin çabuk ve sağlıklı gelişerek ruh ve beden bütünlüğünün sağlanmasında. Çocuklarda görülen gelişim güçlükleri, kemik ve kas kuvvetsizliklerinde. Erken bunama, hafıza kaybı, zeka geriliği, alkolizm gibi rahatsızlıkların tedavisine yardımcı olarak. Zayıflama rejimlerinde dengeli bir beslenme temin ederek vücut direncini arttırmada, Çocuklarda görülen gece işemelerinin tedavisinde. Şeker hastalığının tedavisine yardımcı olarak kullanılmaktadır…” rostat Seti, Yakıotlu bitki çayı, Yakıotlu keçiboynuzu pekmezi ve yakıotu karışımından oluşan 3'lü prostat büyümesini ve oluşumunu engellemeye yardımcı bir settir…* ***Arısütü Bal Polen Macunu*** *- Bağışıklık sistemi ayakta tutmak için, kemik sağlığı için, saç dökülmesinde saç hücrelerinin canlanması için, Kapanmayan yaraların kapanmasında yardımcı olur. Bağırsak iltihabında, sedef ve egzama hastalarında yaraların hızla iyileşmesine neden olur…* ***Süper Viga 50000 Geciktirici Sprey*** *- Viga Geciktirici Sprey Erken Boşalmayı Engeller. Viga Geciktirici Sprey Normalinden 4-5 Kat Daha Geç Boşalmayı Sağlar. Viga Geciktirici Sprey Cinsel İlişkiyi Uzatır. Erken boşalmanın çaresi ve Erken boşalmanın tedavisi olarak kullanılan Viga delay spray Geciktirme spreyi hem erkekler hem de kadınlar için daha iyi bir seks hayatı sunar. Erkeğin erken boşalması sorununu ve çıkardığı stresi ortadan kaldırır ve partnerlerin yaşamakta oldukları cinsel deneyimden tam anlamıyla zevk almalarını sağlar…* ***Magna RX+ 60 Tab*** *- Cinsel sağlığınızda genel bir düzelme, Yoğun olarak yaşanan gençlik ve güçlülük hissi, Cinsel arzuyu arttırmaya, Cinsel cazibeyi arttırmaya, Cinsel birleşmede alınan hazzı arttırmaya, Cinsel organlara kan dolaşımını arttırmaya yardımcıdır. Cinsel hormonların üretimini destekler, Sinir sistemini düzenleyici etkisi vardır. Ayrıca; 1 Kutu kullanımda cinsel performansınız ve ereksiyon gücünüzü arttırmada yardımcıdır.2 kutu kullanımda genişleme işlemi ve büyüme işlemi başlar. 3 kutu kullanımda büyüme etkisi gözükmeye başlar…* ***Kervan Panax Ginsengli Aromatik Bitki Suyu 250 ml*** *- Panax Ginsengli Aromatik Bitki Suyu, damar sertleşmesini önlemeye, Zihinsel yorgunluk ve dikkat dağınıklığını gidererek, konsantrasyonu maksimuma çıkarmaya yardımcı olur. Panax Ginseng, kardiyovasküler sisteminizi güçlendirmeye, vücudunuzdaki kan dolaşımının düzenlenmesine ve hızlandırmaya, Panax Ginsengli Aromatik Bitki Suyu, damarların tıkanmasına neden olan yağların erimesine, Panax, hipertansiyonu ve yüksek kolesterolü düşürmeye yardımcı tamamen bitkisel bir üründür. Panax Ginseng, gün içerisinde vücudun ihtiyacı olan enerjinin düştüğü zamanlarda enerji seviyesini yükseltmek için üretilmiş yardımcı bir gıda takviyesidir. Panax Ginseng Aromatik Bitki Suyu, kalp damar rahatsızlıklarının tedavisinde destekleyici bir ürün olmasının yanı sıra cinsel sorunlarınızın tedavisine de yardımcı bir üründür. Üretilmiş olduğu özel formül sayesinde sperm eksikliği ve sperm hareketliliğini arttırmanın yanı sıra ereksiyon ve iktidarsızlık problemlerinin çözümünde de sizlere yardımcı olacaktır. Kalp ve damar hastalıklarının ileri yaş dönemlerinde ortaya çıktığı yönünde ki algı tamamen yanlıştır. Bütün rahatsızlıkların erken yaşlarda geliştiği ve ilerleyen yaşlarda kendini gösterdiği uzmanlar tarafından belirtilmektedir. Kalp ve damar hastalıklarında genetik faktörlerin çok büyük önem taşıdığı bu nedenle ailesinde kalp ve damar hastalığı bulunan kişiler ile diyabet problemi olan kişilerin erken yaşlarda panax ginsengli aromatik bitki suyu ürününü destek olarak kullanması bir hayat tarzı olarak gerekmektedir…* ***Aşıkzade Organik Diyabetik Kara Üzüm Özü (300 gr)*** *- Kanserden korur kanserle savaşır. Kemoterapi sürecini destekler. Kansızlığı geçirir. Demir eksikliğini giderir. Cinsel gücü arttırır. En iyi beyin besinidir. Zihni açar. Yaşlanmayı geciktirir. Gençliğin uzun sürmesini sağlar. Çocukların zihinsel ve fiziksel gelişimine katkıda bulunur. Vücudun savunma sistemini güçlendirir. Cildi güzelleştirir, yaşlılık lekelerini azaltır. Karaciğeri korur ve hastalıklarını tedavide yardımcı olur. Kalbi korur, güçlendirir. Kalp krizi riskini azaltır, kanı sulandırır. Anne sütünü arttırır. Anne sütünden bebeğe geçerek, ümmin sisteminin gelişimine katkıda bulunur. Cilde maske olarak uygulandığında cildi yeniler. Ameliyattan sonra nekahat döneminin hızlı geçmesini sağlar. Her türlü yaranın iyileşmesini hızlandırır. Vücuttan iltihapların atılmasına yardım eder…”* 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 olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünlerin söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir 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 ifade, reklam ve tanıtımların;

- 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 Yönetmeliği’nin 6; 40/1; 42/1 ve 42/2 inci maddeleri,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**26)**

**Dosya No: 2016/1763**

**Şikayet Edilen: BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firma tarafından **“Peripella Duo Sütlü Kakaolu Fındık Kreması”** adlı ürüne yönelik olarak ürün ambalajı üzerinde yer verilen ifade ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Ürün ambalajı

**Tespitler**: **“Peripella Duo Sütlü Kakaolu Fındık Kreması”** adlı ürünün, ürün ambalajının ön yüzü ile yan yüzünde yer alan etiketlerde, **“% 10 Fındık”** ibaresine yer verilerek tanıtımının yapıldığı, diğer taraftan etiketin içindekiler bölümünde ise, *“İçindekiler: Beyaz Şeker, Hidrojene Bitkisel Yağ (Palm), Peynir Altı Suyu Tozu (Süt Ürünü İçerir), Fındık Püresi (Kakaolu Kısımda % 10), Yağsız Süt Tozu (% 5), Kakao Tozu (% 2,5), Mısır Nişastası, Emülgatör (Soya Lesitini), Aroma Vericiler (Süt, Vanilya, Fındık) Gıda Sanayi Tuzu.”* bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: “Peripella Duo Sütlü Kakaolu Fındık Kreması”** adlı ürünün, ürün ambalajının ön yüzü ile yan yüzünde yer alan etiketlerde, **“% 10 Fındık”** ibaresine yer verilerek ürün içeriğinde yüzde on oranında fındık bulunduğunun belirtildiği, diğer taraftan etiketin içindekiler bölümünde ise, *“İçindekiler: Beyaz Şeker, Hidrojene Bitkisel Yağ (Palm), Peynir Altı Suyu Tozu (Süt Ürünü İçerir), Fındık Püresi (Kakaolu Kısımda % 10), Yağsız Süt Tozu (% 5), Kakao Tozu (% 2,5), Mısır Nişastası, Emülgatör (Soya Lesitini), Aroma Vericiler (Süt, Vanilya, Fındık) Gıda Sanayi Tuzu.”* bilgilerine yer verildiği; bu itibarla, yalnızca kakaolu kısmında yüzde on oranında fındık püresi içeren bir ürünün, ürünün tümünü niteleyecek ve tüketicilerde ürünün tamamında yüzde on oranında fındık bulunduğu algısı oluşturacak şekilde ürün ambalajı üzerinde “%10 Fındık” ibaresi ile tanıtılmasının tüketicileri yanıltıcı, aldatıcı, tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlıklarını ve tüketici güvenini istismar edici nitelikte olduğu görüş ve kanaatine varılarak inceleme konusu ifade ve tanıtımların;

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

**-** Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı maddesi,

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **BİM Birleşik Mağazalar 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.

**27)**

**Dosya No: 2016/108**

**Şikayet Edilen: Selay Kimya ve Kozmetik Sanayi Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kanal T”* logolu televizyon kanalında yayınlanan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“Kanal T”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarihte saat 19.37.20-19.39.12 aralığında yayınlanan reklamda, *“Afrodizyak ve Uyarıcılar, Geciktici Spreyler, Performans Arttırıcı Besinler, Geciktirici Ürünler”* şeklinde ürün isimlerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Afrodizyak ve Uyarıcılar, Geciktici Spreyler, Performans Arttırıcı Besinler, Geciktirici Ürünler”* şeklinde ürün isimlerine yer verilerek, takviye edici gıda ve /veya kozmetik ürün kategorisinde değerlendirilen söz konusu ürünlerle ilgili olarak, bilimsel olarak ispatlanmayan ve mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına** yer verildiği, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “Gıda takviyesi” ve/veya “Kozmetik ürün” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, tüm bu gerekçelerle belirtile bu hususların;

-Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve10 uncu maddesi,

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

**-** Sağlık Beyanı İle 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 üncü maddesinin üçüncü bendi,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 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 Yönetmeliği’nin 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 **Selay Kimya ve Kozmetik San. Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **10.000-TL (Onbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2016/1753**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [*www.dromercoskun.com.tr*](http://www.dromercoskun.com.tr)isimli internet sitesinde yayınlanan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.07.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dromercoskun.com.tr](http://www.dromercoskun.com.tr) adresli internet sitesinin 29.07.2016 tarihli görünümünde;**Havlıcanlı Macun**adlı gıda takviyesine yönelik olarak, *“ Eklem, hareket sistemindeki ağrılar ve idrar yollarındaki problemlere yönelik karışık bitkisel macundur.”* **Çakşırköklü Çay** isimli ürüne yönelik olarak; *“* *Sperm yetersizliği, prostat gibi durumlarda kullanılan doğal erkeklere özel bitki çayıdır.”* **Cevizyağı 5’li** isimli ürüne yönelik olarak; *“ Beyin Problemlerinde ve zayıflamada kullanılan vitamin yağlarından biridir. ”* **Zerdeçal Kapsül** isimli ürüne yönelik olarak; *“ Kansere karşı koruyucu, romatizmal ağrılarda, diyabettte gibi problemlerde kullanılması önerilen %100 bitkisel kapsüldür.”* **Angelica Damla**isimli ürüne yönelik olarak; *“Aramotik olma özelliği ile angelica melek otu bitkisinin özel distilasyon yöntemi ile elde edilmiş bayanlarda istek artırıcı olarak kullanılması önerilir.”*  **Alkaform** isimli ürüne yönelik olarak; *“Zayıflama uyarıcılı, vücudumuzdaki asiti alkaliye çevirmede kullanılan zafıylamaya yardımcıdır.”* **CA 500 cc** isimli ürüne yönelik olarak; *“Kansere karşı korunmada tavsiye edilen özel bitkisel karışımdır.”* 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 ve 5-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 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 Yönetmeliği’nin 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 **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2016/1804**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Nisa TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.06.2016-11.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“NİSA TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih ve saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, **CA** isimli ürüne yönelik olarak, *“ Vücuttaki hasarlı* *hücreler yok ederek sağlıklı hücrelerin üretilmesini sağlar!. Kanserden koruyucu bitkiler. CA* *ürünü kanser hastalığı ile mücadele eden ve kanserden korunmak isteyen herkesin en büyük* *yardımcısı. Detaylı bilgi hattı 0 212 470 20 20”* **ANC Goji Berry** isimli ürüne yönelik olarak; *“ Diet yapmadan zayıflama!. Mucize bitki goji Berry zayıflatıyor!. Sipariş Hattı 0 212 470 20* *20” Sperm yetersizliği, prostat gibi durumlarda kullanılan doğal erkeklere özel bitki çayıdır.”* **VCPR** isimli ürüne yönelik olarak; *“Erken boşalma probleminden sonsua kadar kurtulun.* *Sevgilinizi daha önce hiç olmadığı kadar memnun edin. Dr. Ömer coşkun kalitesi ve* *güvencesiyle danışma hattı 0 212 470 20 20 ”* 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 ve 5-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 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 Yönetmeliği’nin 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 **11.625-TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2016/1805**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“HM TV”* logolu televizyon kanalında yayınlanan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.06.2016-11.06.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“HM TV”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih ve saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında, **CA**isimli ürüne yönelik olarak; *“CA ürünü kanser hastalığı ile mücadele eden ve kanserden korunmak isteyen herkesin en büyük yardımcısı. Kanserden koruyucu bitkiler. Detaylı bilgi hattı 0 212 470 20 20”* **ANC Goji Berry** isimli ürüne yönelik olarak; *Metobolizmanın çalışma hızını düzenler. Metobolik rahatsızlıkları giderir. İdeal Kilonuza kavuşmanızı sağlar. Mucize bitki Goji Berry zayıflatıyor. Sipariş hattı 0 212 470 20 20”* 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 ve 5-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 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 Yönetmeliği’nin 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 **11.625-TL (Onbirbinaltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**31)**

**Dosya No: 2016/1806**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** *“Kanal C ”* logolu televizyon kanalında yayınlanan muhtelif ürünlere yönelik reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.06.2016-11.06.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** *“KANAL C”* logolu televizyon kanalında yukarda belirtilen tarih ve saatlerde yayınlanan tele-alışveriş kuşağında,**Pro-X**isimli ürüne yönelik olarak, *“Sperm sayısının azlığına karşı, erkeklere özel Pro-X Megamen sipariş hattı 0 212 470 20 20”* **Diasil** isimli ürüne yönelik olarak; *“Şeker hastalığına bitkisel çözüm sipariş hattı 0 212 470 20 20”* **Prostat Destek Seti** isimli ürüne yönelik olarak; *“ Prostatı bitiren doğal set Danışma hattı 0 212 470 20 20”* **Goji Berry Set** isimli ürüne yönelik olarak; *“Metobolizmanın çalışma hızını düzenler, metobolik rahatsızlıkları giderir, ideal kilonuza kavuşmanızı sağlar. Mucize bitki Goji Berry zayıflatıyor. Sipariş Hattı 0 212 470 20 20.”* 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 ve 5-d maddeleri,

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 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 Yönetmeliği’nin 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 **11.625-TL (Onbiraltıyüzyirmibeş Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**32)**

**Dosya No: 2016/67**

**Şikayet Edilen:** **Pasteur Veterinerlik Ve Zirai Hiz. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.markamama.com.tr adlı sitede yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 26.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: www.markamama.com.tr adresli internet sitesinin 26.01.2016 tarihli görünümünde; ***“Biyo-Teknik Köpekler İçin Parazit Spreyi, köpekler için kene, bit, pire ve diğer parazitleri öldürerek yeniden parazit oluşumunu engelleyen köpek spreyidir.”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** *“Biyo-Teknik Köpekler İçin Parazit Spreyi”* adlı veteriner tıbbi ürün satışının Bakanlıktan ruhsat almış veteriner ecza depoları ve Sağlık Bakanlığı’ndan ruhsatlı ecza depolarında; perakende satışının ise eczaneler ile yine bu Yönetmelik hükümlerine göre Bakanlık’tan veteriner tıbbi ürün perakende satış izni alan muayenehane, poliklinik ve hayvan hastanelerinde yapılabilmesine rağmen, [www.markamama.com.tr](http://www.markamama.com.tr) adlı internet sitesinde mevzuata aykırı şekilde satışının ve tanıtımının gerçekleştirildiği; dolayısıyla söz konusu reklam ve tanıtımların;

- Veteriner Tıbbi Ürünler Hakkında Yönetmeliğin 34/1 ve 50/4 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Pasteur Veterinerlik Ve Zirai Hiz. Ltd. Şti** adlı firmahakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**33)**

**Dosya No: 2016/435**

**Şikayet Edilen:** **Park Ofis Bilg. Tekn. San. Ve Tic- Doğukan BALCI**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** http://kacirmayiz.com adresli internet sitesinin 04.01.2016 tarihli görünümünde;***“Kefir Kapsülünün Faydaları; Ajda Pekkan’ın gençlik sırrı olan Kefir Tozu Kapsülleri, mutluluğun yanı sıra kanseri geciktirici ve önleyici özelliğiyle dikkatleri üzerine çekiyor.(…) Farmaroyal Kefir tozu Kapsülleri’nin mucizevi yararlarından bazıları… Bağışıklık sistemini güçlendirdiği için mikrobik enfeksiyonlara karşı direnci arttırır. Prostat ve bağırsak kanseri başta olmak üzere birçok kanseri önleyici etkisi olduğu bilinmektedir. Damar sertliğini ve kalp krizi riskini önler. Menopoz dönemindeki riskleri azaltır. Kemik erimesine karşı güçlü destektir…”*** *ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://kacirmayiz.com adresli internet sitesinde yer alan *“Farmaroyal Kefir Kapsülü”* adlı ürüne yönelik **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuattaki sağlık beyanlarını ve kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “**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 ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

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

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

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğu**,**

Buna göre, reklam veren **Park Ofis Bilg. Tekn. San. Ve Tic- Doğukan BALCI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir

**34)**

**Dosya No: 2016/647**

**Şikayet Edilen:** **Sanset Gıda Turizm San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:**http://zumosol.com.tr adlı sitede yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 03.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede http://zumosol.com.tr adlı sitenin 03.08.2016 tarihli görünümünde Meyveler kategorisinde, ***“Portakal; Doğal ve güçlü bir antioksidan etkisi vardır. Akciğer, karaciğer, meme, mide, kolon ve deri kanserine sebep olan tümörlerin oluşumunu ve gelişimini engelleyici özelliği vardır. Hücreleri onarıcı ve yenileyici etkisi vardır. HDL kolesterol seviyesini yükseltir. Obezite riskini azaltır. Elma;(…) Akciğer, karaciğer, meme, mide, kolon ve deri kanserine sebep olan tümörlerin oluşumunu ve gelişimini engelleyici özelliği vardır. (…)”***şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** http://zumosol.com.tr adresli internet sitesinde, “Meyveler” kategorisinde yer alan meyvelerin anlatımında endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerin kullanılması suretiyle dolaylı olarak “Zumosol” markalı meyve sularına atıfta bulunulduğu; bununla birlikte, inceleme konusu reklamlarda, mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarını aşan ifadelere yer verildiği, böylelikle söz konusu ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu dolayısıyla her koşulda söz konusu ürünler ile ilgili olarak yapılan bu nitelikteki tanıtımların mevcut mevzuata aykırılık teşkil ettiği belirtilen tüm bu hususların;

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

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

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2016/1000**

**Şikayet Edilen:** **Hekimzade İlaç Gıda Kozmetik Ürünleri Dahili Ticaret - Muammer YILDIZ**

**Şikayet Edilen Reklam:**www.hekimzade.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.hekimzade.com adresli internet sitesinin 05.08.2016 tarihli görünümünde;***“Colintes Etkileri… İçeriğinde bulunan bitkilerin; Gastrik sıvıların sekresyonunu stimüle ettiği, safra salgısını arttırdığı, mide hareketlerini arttırdığı, yiyeceklerin geçiş süresini kısalttığı, ince barsak (jejenum) üzerine düz kas gevşetici etki gösterdiği, Dispepsi, mide gaz probelemlerinin giderilmesinde kullanıldığı (…) Barsak ağrılarını, spazmları giderdiği ve iştahı arttırdığı bazı kaynaklarca tespit edilmiştir. Biommin Etkileri… İmmünstimülan etkisiyle, granülositlerde fagositoz oranını ve lenfotik İçeriğinde bulunan bitkilerin; Antienflamatuvar etkisiyle, NO yapımını, tromboksan B2 salınımını, anjiyogenezi inhibe ettiği ve mast hücrelere bağımlı ödem gelişimini azalttığı, Antikonvülzan / Nöroprotektif etkisiyle, Glutamaterjik iletinin basamaklarını bozduğu, reseptörlerin GABA’ya afinitesini arttırdığı, nöronları glutamat toksisitesine karşı koruduğu, Merkezi sinir sistemi üzerinde anestezik ve sedatif etkileri bazı kaynaklarca tespit edilmiştir.”*** şeklinde;

Söz konusu ve ürünlere ilişkin ***“Doktor Yorumları”*** başlığı altında; ***“Cortilmax, Beyin tümörleri, serebrovasküler hastalıklar gibi beyin doku hasarıyla seyreden hastalıkların komplikasyonlarının giderilmesi için ve ödem çözücü olarak kullanılan gıda destek ürünüdür. Bu ürünü kullananlardan; hem doğallığı hem yan etkisinin olmayışı hem de yararı açısından hastalarımdan memnuniyetlerini duymaktayım. Ürün içeriğinde kullanılan sinir otu ve karabaşotu bitkileri bu alanda etkisi iyi bilinen bitkilerdendir***

*.*

***Colintes,******Sindirim yetmezliği, düzensizliği gibi gastrointestinal sistemin fonksiyonlarında, sindirimin kolaylaştırılmasında kullanılan bu ürün; kullananlar tarafından hem doğallığı hem yan etkisinin olmayışı hem de yararı açısından hastalarımdan memnuniyetlerini duymaktayım. Ürün içeriğinde kullanılan sinameki ve pelinotu bitkileri bu alanda etkisi iyi bilinen bitkilerdendir.***

***Biomin, Bağışıklık sistemi, vücudu hastalıklara karşı koruyan, patojen (bakteri, virüs vb.) ve tümör hücrelerini tanıyıp onları yok eden işleyişlerin tümüdür. Bağışıklık ne kadar düşükse o kadar hastalanma oranı katlanmaktadır. Bağışıklık sistemini güçlendirme amaçlı kullanılan bu ürünü kullananlardan hem doğallığı hem yan etkisinin olmayışı hem de yararı açısından hastalarımdan memnuniyetlerini duymaktayım. Ürün içeriğinde kullanılan ardıç ve çörekotu bitkileri bu alanda etkisi iyi bilinen bitkilerdendir."*** *ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.hekimzade.com adresli internet sitesinde yer alan “Colintes, Biommin, Cortilmax” adlı ürünlere yönelik **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuattaki sağlık beyanlarını ve kozmetik tanımını aşan ifadelere yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden “**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 ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu,

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

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

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

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

- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesi.

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Hekimzade İlaç Gıda Kozmetik Ürünleri Dahili Ticaret - Muammer YILDIZ** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**36)**

**Dosya No: 2016/2613**

**Şikayet Edilen: Zeynep YILMAZ (Doğalzane Şifalı Bitkiler)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.07.2016, 23.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com/dogalzane](http://www.facebook.com/dogalzane) adresli internet sitesinin 22.07.2016 ve 23.08.2016 tarihli görünümlerinde;

*“Sağlıklı olmak çok doğal… Şuan tıbbi uygulama ve tedavilerin geldiği nokta malumunuzdur. Tanı ve hastalıkların tespiti üzerine teknolojik olarak ciddi adımlar atılırken, tedavi adına yapılanlar yetersiz kalmaktadır. Buna bağlı olarak da etrafımızda birçok kronik seyirli hastalık kol gezmekte ve bu tablolara her gün yenileri eklenmektedir. Tansiyondan şekere birçok hastalık artık normal olarak algılanmakta, hatta kanser bile nezle grip gibi yaygın olarak çevremiz de görülmektedir. Tedavi adına yapılanlar ise günü geçirecek tedbirlerden ileriye geçememektedir. Hal böyle olunca da 7000 yıllık doğal tedaviler, eski tıbbi uygulamalar tekrar gün yüzüne çıkmış ve 60-70 senelik tarihe sahip olan modern tıbbi uygulamalar sorgulanmaya başlanmıştır… Dr. İbrahim YILMAZ 10 yıllık doğal tedavi tecrübesiyle kliniğinde bitkisel tedavi ve diğer doğal tedavileri uygulamaktadır… Dr. İbrahim YILMAZ Doğalzane’yi kurarak Türkiye’de ilk defa doktor kontrolünde doğal-bitkisel droglara özel bir firma oluşturmuştur.”* ifadelerine,

dogalzane.com adresli internet sitelerinin 22.07.2016 tarihli görünümünde;

*“Hastalıkları yenmek çok doğal… Sağlığına kavuşmak çok doğal… Sağlıklı olmak çok doğal… Şuan tıbbi uygulama ve tedavilerin geldiği nokta malumunuzdur. Tanı ve hastalıkların tespiti üzerine teknolojik olarak ciddi adımlar atılırken, tedavi adına yapılanlar yetersiz kalmaktadır. Buna bağlı olarak da etrafımızda birçok kronik seyirli hastalık kol gezmekte ve bu tablolara her gün yenileri eklenmektedir. Tansiyondan şekere birçok hastalık artık normal olarak algılanmakta, hatta kanser bile nezle grip gibi yaygın olarak çevremiz de görülmektedir. Tedavi adına yapılanlar ise günü geçirecek tedbirlerden ileriye geçememektedir. Hal böyle olunca da 7000 yıllık doğal tedaviler, eski tıbbi uygulamalar tekrar gün yüzüne çıkmış ve 60-70 senelik tarihe sahip olan modern tıbbi uygulamalar sorgulanmaya başlanmıştır… Dr. İbrahim YILMAZ 10 yıllık doğal tedavi tecrübesiyle kliniğinde bitkisel tedavi ve diğer doğal tedavileri uygulamaktadır… Dr. İbrahim YILMAZ Doğalzane’yi kurarak Türkiye’de ilk defa doktor kontrolünde doğal-bitkisel droglara özel bir firma oluşturmuştur.”* ifadelerine yer verildiği,

Yine, dogalzane.com adresli internet sitesinin 22.07.2016 tarihli görünümünde;

*“Zeytin yaprağı; kanserden korur, kanser hücreleri ile savaşır, kolesterol seviyesini korur (iyi huylu kolesterol),bağışıklık sistemini güçlendirir, kan şekeri seviyesini korur, gastro-intestinal (mide ve barsaklarda) ortamda sağlıklı bakterilerin seviyesini ayarlar, epstein-barr virüsü, hıv virüsü ve cytomegalo virüsün sebep olduğu hastalıkları geriletir, mantar hastalıkları özellikle kadın hastalıklarında görülen mantar hastalıklarına etkilidir, gut hastalığının tedavisinde de etkindir 3 ay süre ile düzenli kullanılması gerekir, bütün bakterilere (mikroplara karşı) savaşır (tonsillit (bademcik),farenjit, tuberkuloz eklem romatizması, romatoid artirit ve diğerler bütün mikrobik hastalıkarda), bütün virütik hastalık yapan virüslerle savaşır (grip, nezle, farenjit, hıv, virütik pönomoni (akciğer iltihabı), kan şekerini düşürür.(pankreas hücrelerini yenileyerek), yüksek tansiyonu önler, yaşlanmayı geciktirir… Meryemana Dikeni (Deve Dikeni) (Silybum marianum); Son zamanlarda sadece Silymarin/Silybin, hepatoprotektif ve/veya antioksidan (serbest radikalleri süpürücü) aktivitesinden dolayı dikkati çekmekle kalmayıp, antikanser kimyasal koruyucu etkileri yanında, Hypokolestrolemic(kolestrolü düşürücü), Kardioprotective(Kalbi koruyucu), Nöroaktif ve nöroprotektif (sinir sistemini aktifleştirici ve sinir sistemini koruyucu aktivitelere) sahiptir, Hatta karaciğer ve safrakesesinin yanında diğer organ sistemleri içinde tedavi edici etkisi ortaya çıkmıştır. Bunlar Silybin, pankreas problemleri, glyseminin (kan şekerinin)ayarlanması, akciğer problemleri tedavisinde böbrek hastalıklarında, prostat kanserini de içine alan çeşitli adenokarsinoma hastalıklarının tedavisinde. Silybin, kanser oluşumunda veya kanserin çoğalmasını önlemede reseptör seviyesinde etkilidir, İnsanda prostat kanserinde, silymarin alters, hücre cycle regulatörleri, androjenden bağımsız prostat kanseri hücrelerinin ölümünü ve büyümesini engelleyen mitojenik sinyal yollarını inhibe eder. Yani kansere karşı koruyucu potansiyeli bulunmuştur. Silybin/silymarin; silybinin çok önemli kabul edilen aktivitelerinden biri; anti kanser aktivite yanında kanser tedavisinde kullanılan kemoterapotiklere (kanserde ilaç tedavisi) karşı onların oluştuğu karaciğer toksisitesini elimine etmek ve stresse bağlı oluşan oksidasyonlara karşı antioksidan olarak dokuyu korumak. Silymarin bazı nörotoksik ve nörodejenaratif (yani sinir dokusuna toksik etki yapan veya sinir dokusunu tahrip eden) durumlarda koruyucu ve tedavi edici olabilir. Bu etki kısmen antioksidan kısmende bilinmeyen bir mekanizmaya bağlıdır. CNS (santral sinir sistemini) harab olduğu (Multiple sklerosis,parkinson hastalığı, alzheimer hastalığı, AIDS demans yani erkenbunama rahatsızlıklarında CNS doku tamirinde etkili olduğu gösterilmiştir. Zararlı UV ışınlarına bağlı olarak gelişen eritema, ödem, güneş yanığı, hyperplasia, bağışıklık sisteminin baskılanması, DNA harabiyeti, Güneşe bağlı yaşlanma, melanogenesis ve deri kanseri vakalarında; silymarin koruyucu etki göstermiştir. Silymarinin deri üzerine uygulanması tümör oluşumunu inhibe etmiştir. Farelerde aynı anda hem diyetle hem de deriye uygulanması fotokansinogenesisi inhibe etmiştir. Silimarinin, sedef hastalığını tedavi edici etkisi, karaciğer yardımıyla endoksin taşımasını iyileştirme camp fosfodiesterazı ve lükotrienin sentezini inhibe etme yeteneğine bağlı olduğu bildirilmiştir. Hangi Hepatit (Karaciğer İltihaplanması) Çeşitlerinde Etkilidir? Alkol nedenli hepatit (Karaciğer iltihaplanması), Akut ve Kronik hepatit, Kimyasalların neden olduğu hepatit, İlaç nedenli hepatit (sürekli bir ilaç kullanımına bağlı), Toksin (Mantar zehirlenmesi gibi) nedenli hepatit de etkilidir. Isırgan Ekstraktı; sırgan ekstraktının en önemli etkisi immunomodülatör (=immnostimulan=bağışıklık sistemini uyarıcı ve güclendirici) etkidir. Etkiyi gama-interferon üretimini arttırarak yapar. Güclü bir antiagregant (pıhtılaşma önleyici=antiplatelet) etkisi vardır. Arteriasklerozu önler, hipertansiyon oluşumunu engeller. Güçlü bir antioksidan etkisi vardır. Yapılan bir çalışmada antioksidan savunma sistemini aktive etmiş, bu etki; hepatoprotektif (karaciğer koruyucusu) etkisi ile açıklanmıştır. Isırgan ekstraktı, fizyolojik beyin fonksiyonlarını etkilemekte antiapoptotik (kendi kendine ölümü engelleme) ve antioksidan etki yaparak, özellikle beyin yaralamalarından sonra beyin hücrelerinin yaşama yüzdesini arttırdığını otaya koymuştur. Antiülser etki; ısırgan ekstraktının, gastrik mukoza hasarını engellediği tespit edilmiştir. Antilipidemik etki, ısırgan ekstraktı 30 gün boyunca sıçanlara uygulandığında total kolesterol, LDL/HDL kolesterol oranında düşme görülmüştür. Antidiyabetik etki, yapılan çalışmalarda bağırsaktan glukoz absorbsiyonunun azalmasına bağlı olarak meydana gelmektedir. Antiviral etki; herpes zoster (zona) karşı antiviral aktivite göstermiştir. Antienflamatuvar etki; ekstraktın fenolik bileşikleri prostoglandinlerin sentezini inhibe ederek ödem çözücü etki gösterdiği bulunmuştur. Kullanılışı: İmmunostimulan (bağışıklık sistemini güclendirme) etki. Antiülser etki. Antienflamatuvar etki. Antiromatizmal etki. İyi huylu prostat tedavisinde. Beyin yaralanmalarından sonra, beyin hücrelerinin yaşama yüzdesini arttırmada…”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadeler vasıtasıyla bahsi geçen hastalıkların modern tıp haricindeki yollarla çözüldüğü izleniminin oluşturulduğu ve bu suretle toplumun pozitif bilime olan güveninin sarsılarak halk sağlığının tehlikeye atıldığı;

Diğer taraftan anılan ifadeler kullanılarak tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve fizyolojisine etki eden bir **“tıbbi ürün”** gibi tanıtıldığı, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda **“gıda takviyesi”** kapsamında değil, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, **“beşeri tıbbi ürün”** veya **“ilaç”** kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, bu sebeple her koşulda mevzuata aykırılık teşkil ettiği; dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

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

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

-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,

-Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-b, 5/1-ğ, 5/1-h; 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b; 9/1, 9/2, 9/3, 9/4; 26 ve 32 nci maddeleri,

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Zeynep YILMAZ (Doğalzane Şifalı Bitkiler)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2016/1693**

**Şikayet Edilen:** **Nafia Gıda Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com), [www.twitter.com](http://www.twitter.com) ve [www.instagram.com](http://www.instagram.com) adresli internet sitelerinde bulunan sosyal medya hesapları üzerinde yayınlanan ***“Kek Kampanyası”*** sloganlı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 15.08.2016 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda; *“Paylaşım yapılmasını rica ederiz… Çok kıymetli gönüllümüz; Milli iradeye destek için, miting alanlarında dağıtılmak üzere kek kampanyası başlatılmıştır. Yarısı sizden yarısı Afia’dan kampanyasından faydalanmak isteyenler 02126590991 ve 05559686317 hattımızdan detaylı bilgi alabilirler. Kendi bölgenizde dağıtım yapıldığı gibi İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük illerde Hayrat Yardım aracılığyla da yapacağınız yardımların dağıtımı sizin adınıza yapılabilmektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Bununla birlikte; başvuru sahibi tüketici tarafından temin edilen reklam örneklerinde; adı geçen firmaya ait [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinden alınmış sosyal medya hesabı üzerinde; “Helal Gıdalar” adlı kullanıcı tarafından yapılan yorumda *“Meydanlarda milletimizin bu zor zamanında destek olan Afia, Torku ve Deniz Feneri gibi firma ve kurumlara teşekkür ediyoruz. Aynı duyarlılığı bu zor günlerde Kent Gıda, Eti, Ülker, Dimes, Tamek gibi diğer yerli sermayelerde de görmek istiyoruz”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Nafia Gıda Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait sosyal medya hesapları üzerinden 15 Temmuz 2016 tarihinde gerçekleştirilen darbe teşebbüsünün akabinde yapılan “Demokrasi ve Şehitler Mitingi” çerçevesinde, miting alanlarında dağıtılmak üzere *“Kek Kampanyası”* başlatıldığı;

Söz konusu kampanya kapsamında; [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 15.08.2016 tarihli görünümünde yapılan tanıtımlarda; *“Paylaşım yapılmasını rica ederiz… Çok kıymetli gönüllümüz; Milli iradeye destek için, miting alanlarında dağıtılmak üzere kek kampanyası başlatılmıştır.* ***Yarısı sizden yarısı Afia’dan kampanyası****ndan faydalanmak isteyenler 02126590991 ve 05559686317 hattımızdan detaylı bilgi alabilirler. Kendi bölgenizde dağıtım yapıldığı gibi İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük illerde Hayrat Yardım aracılığyla da yapacağınız yardımların dağıtımı sizin adınıza yapılabilmektedir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği;

Buna göre; inceleme konusu reklamlarda, yüzde elli oranında bir indirim ile “afia” markalı keklerin satışının gerçekleştirildiğinin belirtildiği;

Diğer taraftan; *“Aynı duyarlılığı bu zor günlerde Kent Gıda, Eti, Ülker, Dimes, Tamek gibi diğer yerli sermayelerde de görmek istiyoruz”* şeklindeki ifadelerin adı geçen firmaya ait [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinden alınmış sosyal medya hesabı üzerinde; “Helal Gıdalar” adlı kullanıcı tarafından yapılmış bir yorum olduğu; dolayısıyla, tüketiciler nezdinde kendilerinin rakip firmalardan daha üstün olduğu algısının oluşturularak haksız rekabete yol açıldığı yönünde bir değerlendirme yapılamayacağı;

Bu nedenle, söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**38)**

**Dosya No: 2016/1733**

**Şikayet Edilen:** **Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 01.05.2016-30.09.2016 tarihleri arasında gerçekleştirilen *“Milyonlarca Pepsi Bedava”* başlıklı kampanya reklamları.

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.07.2016-30.09.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet, ürün ambalajı

**Tespitler:**  Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.’ye ait promosyonlu cips ürünlerinin satın alınması halinde paketlerin içinde 1 adet 330 ml kutu Pepsi hediye kuponlarının çıkabileceği vaat edilen “***Milyonlarca Pepsi Bedava”*** başlıklı kampanya kapsamında;

Söz konusu ürünlere ait ambalaj üzerine basılan etiketlerde, *“Bu paketlerde milyonlarca bedava kutu Pepsi seni bekliyor”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“****Paketin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan bir satış noktasına giderek bedava 330 ml kutu Pepsi ödülü alabilirsiniz!*** *Promosyon, hipermarketler ve süpermarketler hariç kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. Kampanyaya katılan satış noktalarını Frito Lay Tüketici Hattını arayarak öğrenebilirsiniz. Kampanya 1 Mayıs 2016-30 Eylül 2016 tarihleri arasında geçerlidir. 30 Eylül 2016 tarihinden sonra getirilen kuponlar veya ambalajı yırtılmış kuponlar geçersizdir. Ödüller, kupon teslim edilmesi karşılığında verilecek olup, kuponların kaybedilmesi durumunda ödül teslimi yapılmayacaktır. Ödüllerin nakit karşılığı talep edilemez. Bu kampanyaya 18 yaşından küçükler ve PepsiCo çalışanları katılamaz. Frito Lay, kampanyayı sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapma hakkına sahiptir. Değişiklikler,* [*www.tytz.com*](http://www.tytz.com) *adresli internet sitesinin duyurular sayfasından duyurulacaktır. Kampanyaya katılan herkes yukarıda yer alan şartları kabul etmiş sayılır. Kampanyaya ilişkin ayrıntılı bilgiye* [*www.tytz.com*](http://www.tytz.com) *internet sitesinin duyurular sayfasından ulaşabilirsiniz.”* şeklinde;

Promosyonlu ürün paketlerinin içinden çıkan kuponlarda *“Tebrikler! 1 adet 330 ml kutu Pepsi kazandınız!”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Bu kuponu kampanyaya katılan bir satış noktasına teslim ederek bedava 330 ml Pepsi hediyenizi alabilirsiniz. Kampanya, 1 Mayı-30 Eylül 2016 tarihleri arasında hipermarket ve süpermarket harici kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. 30 Eylül 2016 tarihinden sonra getirilen kuponlar ve ambalajı yırtılmış olan kuponlar geçersizdir. Bu kullanım sonunda para üstü verilmez, hediye ürünün nakit karşılığı talep edilemez. Kampanyaya Frito Lay çalışanları katılamaz. Frito Lay kampanyayı dilediğinde durdurma, sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapabilme hakkına sahiptir. Kampanyaya katılan satış noktaları ve kampanya ile ilgili her türlü bilgiye* [*www.tytz.com*](http://www.tytz.com) *internet sitesinin duyurular sayfasından ve (0 800) 291 1011/(0216) 651 5454 numaralı tüketici hatlarından erişebilirsiniz.”* şeklinde;

Televizyon mecrasında *“Duymayan kalmasın! Ruffles, Doritos, Çerezza paketlerinde milyonlarca Pepsi hediye”* dış sesi ile yayınlanan reklamlarda yer alan alt yazı metninde; *“Kampanya 30 Eylül 2016 tarihine kadar, anlaşmalı satış noktalarında, seçili paketlerde geçerlidir. Ayrıntılı bilgi tytz.com’da.”* şeklinde;

[www.tytz.com](http://www.tytz.com) adresli internet sitesinde *“Milyonlarca Pepsi Bedava”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Bu paketlerde milyonlarca bedava Pepsi seni bekliyor! İçinde kupon bulunan ve tavsiye edilen satış fiyatı 1,75 TL ve 2,75 TL olan Ruffles, Doritos veya Çerezza paketlerinin içinden çıkabilecek kuponu, 30 Eylül 2016 tarihine kadar kampanyaya katılan hipermarket ve süpermarket harici anlaşmalı satış noktalarına götürerek tavsiye edilen satış fiyatı 1,75 TL olan bir adet 330ml kutu Pepsi ödülünüzü bedava alabilirsiniz*.” şeklinde ifadelere yer verildiği ve *“Bu Paketlerde Milyonlarca Pepsi Bedava! Bu paketlerde milyonlarca bedava kutu Pepsi seni bekliyor! Paketin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan bir satış noktasına giderek bedava 330ml kutu Pepsi ödülünüzü alabilirsiniz! Promosyon, hipermarketler ve süpermarketler hariç kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. Kampanyaya katılan satış noktalarını Frito Lay Tüketici Hattını arayarak öğrenebilirsiniz. Kampanya 1 Mayıs 2016 – 30 Eylül 2016 tarihleri arasında geçerlidir. 30 Eylül 2016 tarihinden sonra getirilen kuponlar veya ambalajı yırtılmış kuponlar geçersizdir. Ödüller, kupon teslim edilmesi karşılığında verilecek olup, kuponların kaybedilmesi durumunda ödül teslimi yapılmayacaktır. Ödüllerin nakit karşılığı talep edilemez. Bu kampanyaya 18 yaşından küçükler ve PepsiCo çalışanları katılamaz. Frito Lay, kampanyayı sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapabilme hakkına sahiptir. Değişiklikler, www.tytz.com adlı internet sitesinin duyurular sayfasından duyurulacaktır. Kampanyaya katılan herkes yukarıda yer alan şartları kabul etmiş sayılır. Müşteri hizmet desteği Frito Lay Tüketici Hattı 0800 291 10 11 / 0216 651 54 54 tarafından verilecektir.”* şeklinde kampanyaya katılım koşullarının belirtildiği;

tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.’ye ait promosyonlu cips ürünlerinin satın alınması halinde paketlerin içinde 1 adet 330 ml kutu Pepsi hediye kuponlarının çıkabileceği vaat edilen “***Milyonlarca Pepsi Bedava”*** başlıklı kampanya kapsamında;

Söz konusu ürünlere ait ambalaj üzerine basılan etiketlerde, *“Bu paketlerde milyonlarca bedava kutu Pepsi seni bekliyor”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda, *“****Paketin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan bir satış noktasına giderek bedava 330 ml kutu Pepsi ödülü alabilirsiniz!*** *Promosyon, hipermarketler ve süpermarketler hariç kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. Kampanyaya katılan satış noktalarını Frito Lay Tüketici Hattını arayarak öğrenebilirsiniz. Kampanya 1 Mayıs 2016-30 Eylül 2016 tarihleri arasında geçerlidir. 30 Eylül 2016 tarihinden sonra getirilen kuponlar veya ambalajı yırtılmış kuponlar geçersizdir. Ödüller, kupon teslim edilmesi karşılığında verilecek olup, kuponların kaybedilmesi durumunda ödül teslimi yapılmayacaktır. Ödüllerin nakit karşılığı talep edilemez. Bu kampanyaya 18 yaşından küçükler ve PepsiCo çalışanları katılamaz. Frito Lay, kampanyayı sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapma hakkına sahiptir. Değişiklikler,* [*www.tytz.com*](http://www.tytz.com) *adresli internet sitesinin duyurular sayfasından duyurulacaktır. Kampanyaya katılan herkes yukarıda yer alan şartları kabul etmiş sayılır. Kampanyaya ilişkin ayrıntılı bilgiye* [*www.tytz.com*](http://www.tytz.com) *internet sitesinin duyurular sayfasından ulaşabilirsiniz.”* şeklinde;

Promosyonlu ürün paketlerinin içinden çıkan kuponlarda *“Tebrikler! 1 adet 330 ml kutu Pepsi kazandınız!”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Bu kuponu kampanyaya katılan bir satış noktasına teslim ederek bedava 330 ml Pepsi hediyenizi alabilirsiniz. Kampanya, 1 Mayı-30 Eylül 2016 tarihleri arasında hipermarket ve süpermarket harici kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. 30 Eylül 2016 tarihinden sonra getirilen kuponlar ve ambalajı yırtılmış olan kuponlar geçersizdir. Bu kullanım sonunda para üstü verilmez, hediye ürünün nakit karşılığı talep edilemez. Kampanyaya Frito Lay çalışanları katılamaz. Frito Lay kampanyayı dilediğinde durdurma, sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapabilme hakkına sahiptir. Kampanyaya katılan satış noktaları ve kampanya ile ilgili her türlü bilgiye* [*www.tytz.com*](http://www.tytz.com) *internet sitesinin duyurular sayfasından ve (0 800) 291 1011/(0216) 651 5454 numaralı tüketici hatlarından erişebilirsiniz.”* şeklinde;

Televizyon mecrasında *“Duymayan kalmasın! Ruffles, Doritos, Çerezza paketlerinde milyonlarca Pepsi hediye”* dış sesi ile yayınlanan reklamlarda yer alan alt yazı metninde; *“Kampanya 30 Eylül 2016 tarihine kadar, anlaşmalı satış noktalarında, seçili paketlerde geçerlidir. Ayrıntılı bilgi tytz.com’da.”* şeklinde;

[www.tytz.com](http://www.tytz.com) adresli internet sitesinde *“Milyonlarca Pepsi Bedava”* başlığı ile yapılan tanıtımlarda; *“Bu paketlerde milyonlarca bedava Pepsi seni bekliyor! İçinde kupon bulunan ve tavsiye edilen satış fiyatı 1,75 TL ve 2,75 TL olan Ruffles, Doritos veya Çerezza paketlerinin içinden çıkabilecek kuponu, 30 Eylül 2016 tarihine kadar kampanyaya katılan hipermarket ve süpermarket harici anlaşmalı satış noktalarına götürerek tavsiye edilen satış fiyatı 1,75 TL olan bir adet 330ml kutu Pepsi ödülünüzü bedava alabilirsiniz*.” şeklinde ifadelere yer verildiği ve *“Bu Paketlerde Milyonlarca Pepsi Bedava! Bu paketlerde milyonlarca bedava kutu Pepsi seni bekliyor! Paketin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan bir satış noktasına giderek bedava 330ml kutu Pepsi ödülünüzü alabilirsiniz! Promosyon, hipermarketler ve süpermarketler hariç kampanyaya katılan satış noktalarında geçerlidir. Kampanyaya katılan satış noktalarını Frito Lay Tüketici Hattını arayarak öğrenebilirsiniz. Kampanya 1 Mayıs 2016 – 30 Eylül 2016 tarihleri arasında geçerlidir. 30 Eylül 2016 tarihinden sonra getirilen kuponlar veya ambalajı yırtılmış kuponlar geçersizdir. Ödüller, kupon teslim edilmesi karşılığında verilecek olup, kuponların kaybedilmesi durumunda ödül teslimi yapılmayacaktır. Ödüllerin nakit karşılığı talep edilemez. Bu kampanyaya 18 yaşından küçükler ve PepsiCo çalışanları katılamaz. Frito Lay, kampanyayı sona erdirme ve kampanyada değişiklik yapabilme hakkına sahiptir. Değişiklikler, www.tytz.com adlı internet sitesinin duyurular sayfasından duyurulacaktır. Kampanyaya katılan herkes yukarıda yer alan şartları kabul etmiş sayılır. Müşteri hizmet desteği Frito Lay Tüketici Hattı 0800 291 10 11 / 0216 651 54 54 tarafından verilecektir.”* şeklinde kampanyaya katılım koşullarının belirtildiği;

Buna göre, inceleme konusu reklamlarda, kampanyaya katılım koşulları arasında promosyonlu paketlerin içinden çıkan kuponla birlikte kampanyaya katılan satış noktalarından hediye ürünün elde edilebileceği bilgisinin belirtilmesine rağmen; söz konusu hediyenin pek çok satış noktasından temin edilememesi nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı;

Bununla birlikte; reklamı yapılan mal veya hizmetlerin satın alınması halinde, tüketiciye ayrıca promosyon olarak hediye ürün verileceği belirtildiği ancak; hediye olarak verilecek 330 ml kutu Pepsi ürününün gerçek piyasa değerinin ambalaj üzerine basılan etiketlerde, hediye kuponlarında, basın tanıtım görselinde ve televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda belirtilmediği;

Dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-ç; 9/1 ve 15/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **232.508-TL(İkiyüzotuzikibinbeşyüzsekiz TürkLirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**39)**

**Dosya No: 2016/1765**

**Şikayet Edilen:** **Yeni Elif Gıda Maddeleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.multipower.com.tr](http://www.multipower.com.tr) adresli internet sitesinde “multipower” markalı muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.multipower.com.tr adresli internet sitesinde “multipower” markalı sporculara yönelik besin destekleri ve performans artırıcılarına ilişkin yayınlanan reklamlarda; “Sertifikalar” başlığı altında, söz konusu ürünlerin “helal gıda sertifikası” bulunduğu yönünde tanıtım yapıldığı; söz konusu sertifikalar incelendiğinde sertifikaların 2010 yılında alındığı ve geçerlilik sürelerinin bir yıl olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.multipower.com.tr adresli internet sitesinde satışı gerçekleştirilen *“multipower”* markalı sporculara yönelik besin destekleri ve performans artırıcılarına ilişkin yayınlanan reklamlarda; *“Sertifikalar”* başlığı altında, söz konusu ürünlerin *“helal gıda sertifikası”* bulunduğu yönünde tanıtım yapılmasına rağmen; alınan sertifikanın geçerlilik süresinin dolması nedeniyle tüketicilerin güveninin kötüye kullanılarak yanıltıldığı;

Bu nedenle inceleme konusu reklamların;

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin, 6/1 ve 6/4 maddeleri,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**40)**

**Dosya No: 2015/47**

**Şikayet Edilen:** **Kamil KURT**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.urunstore.net adresli internet sitesinde yer alan muhtelif ürünlere yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.12.2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.urunstore.net](http://www.ganodermamarket.tr.gg) adresli internet sitesinin 11.12.2014 tarihli görünümünde,*“Patina Kg- Max Vanilyalı Toz, doğala özdeş içeriği ile birlikte, kolay kullanımlı ile oldukça lezzetli tadıyla, sağlığa faydalı olan bir gıda takviyesidir.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.urunstore.net adresli internet sitesinde yer alan ürünlerin görüntü ve endikasyon bilgilerine yer verilerek ve sağlık beyanları kullanılarak tanıtımının yapıldığı; “takviye edici gıda” niteliğinde olan ürünlerin reklam ve tanıtımlarında mevzuatta izin verilenlerin dışında herhangi bir sağlık beyanına yer verilemeyeceği; ayrıca, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tüm bu reklam ve 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 Kanunu’nun 24 üncü maddesinin üçüncü bendi,

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

**41)**

**Dosya No: 2015/733**

**Şikayet Edilen:** **Hülya KALKAN – TUĞ PAZARLAMA**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Halk TV” logosu ile yayın yapan televizyon kanalında *“99 liraya 5 kg. kaliteli ceviz”* başlığı ile yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.02.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Televizyon mecrasında yayınlanan reklamlarda yer alan; *“İçinde bulundurduğu omega3 sayesinde kalp damar sistemine en faydalı besinlerden bir tanesi. Aynı zamanda hafızayı güçlendirir. Direnci arttırır. Enerji verir. Mideye iyi gelir. Mide ve sindirim sisteminde sıkıntı yaşayanlar için çok faydalı bir besin kaynağıdır. Antioksidan özelliğe sahiptir. Zayıflamaya yardımcı olur. Çocuklarda zekâ gelişimini destekler. İleri yaşlarda tüketildiğinde unutkanlığı azaltır. Zekâyı geliştirir. Zihni açar. Dikkati toplar. Ceviz kötü kolesterolü indirmede, kalp damar sağlını düzenlemede, mide ve bağırsak sisteminin düzenlenmesinde, stresi azaltmadan son derece etkili bir meyvedir… Hile yok hurda yok! Sağlık lezzet ve enerji kaynağı yerli üretim tam 5 kg cevizi köyünüze mezranıza kapınıza kadar gönderiyoruz, üstelik kargo bedava.”* Şeklinde ifadelere yer verildiği; bununla birlikte, reklamlarda “*Hile yok hurda yok. Yerli üretim Bitlis Afyon Uşak yöresinden toplanan cevizlerimizi sadece 99 liraya adresinize kadar getiriyoruz.”* şeklinde ifadelerkullanılmasına ve alt yazıda *“Tüketici 14 gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir.”* ifadelerine yer verilmesine rağmen tüketiciye gönderilen cevizlerin küflenmiş, bozuk ve kalitesiz olduğu ayrıca cayma hakkını kullanan tüketiciye para iadesi yapılmadığı; diğer taraftan, tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik ilave açıklamaları içeren *“Tüketici Hakları Koruma Kanunu gereğince; Tüketici 14 gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Reklam veren: Tuğ Pazarlama-Hülya KALKAN / Merkez Mah. Reşitpaşa Cad. Yeniyol Sok. No:2/5 Avcılar /İSTANBUL TEL: 0(212) 549 74 93”* şeklindeki altyazı metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitesinde yer alan ürünlerin görüntü ve endikasyon bilgilerine yer verilerek ve sağlık beyanları kullanılarak tanıtımının yapıldığı; “takviye edici gıda” niteliğinde olan ürünlerin reklam ve tanıtımlarında mevzuatta izin verilenlerin dışında herhangi bir sağlık beyanına yer verilemeyeceği ayrıca “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu; söz konusu cevizlerin reklamlarda gösterildiğinin aksine küflenmiş, bozuk ve kalitesiz olduğu ayrıca cayma hakkını kullanan tüketiciye para iadesi yapılmadığı; tüketicilerin bilgilendirilmesine yönelik ilave açıklamaları içeren altyazı metin boyutunun ilgili mevzuat hükümlerine uygun olmadığı, bu nedenle altyazı metninin okunabilirlikten uzak olduğu, dolayısıyla tüm bu hususların;

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

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

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6; 40/1; 42/1, 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; 18/1, 18/2, 18/3, 18/4, 18/5, 18/6, 18/7; 19/1, 19/2, 19/3, 19/4, 19/5; 20/1, 20/2, 21/1; 26/1; 29/1 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**42)**

**Dosya No: 2015/1041**

**Şikayet Edilen:** **Santelıfe Gıda Maddeleri Üretim Ve Pazarlama Sanayi Ticaret Limited Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.santelife.com.tr adresli internet sitesinde yer alan *“Santelife Form Çorba”* adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.05.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.santelife.com.tr adresli internet sitenizin 05.05.2015 tarihli görünümünde; *“21 Günde Kesin Çözüm. Sadece 3 haftada istediğiniz bedene kavuşun. Cildi gençleştirir. Metabolizmayı düzenler. Sağlıklı besin barındırır. Kilo verdirir. Santelife Form Çorba nasıl kilo verdirir? Tokluk Hissi Oluşturur: Kurutulmuş dereotundaki Karvon ve Limonen etken maddeleri tokluk hissi vermektedir. Karvon kurutulmuş kimyonda da bulunmakta ve tokluk hissini pekiştirmektedir. Kurutulmuş brokoli selülozdan zengin lifli yapısı nedeni ile midenin geç boşalmasını sağlamakta bu nedenle tokluk hissi yaratmaktadır… Yağların Emilimini Azaltır: Kurutulmuş karabiberdeki etken maddelerden birisi olan Fenol türevi Pipeline sindirimi hızlandırarak yağ emilimini azaltır. Kurutulmuş brokoli; içerdiği sinigrin, stigmasterol, linoleik asit n-penthylamin ve selülozdan zengin lif yapısı nedeniyle sindirimi hızlandırır, yağ ve karbonhidrat emilimini azaltır. Kurutulmuş soğan; içerdiği dimethylthiopen ve isofucosterol etken maddeleri sayesinde sindirimi hızlandırır ve yağ emilimini azaltır. Kurutulmuş yeşil ve kırmızı biber; içerdikleri Kapsaisin etken maddesi etkisiyle sindirimi hızlandırır ve yağ emilimini azaltır. Kurutulmuş lahana; bol selüloz içeren lifli yapısı ve içerdiği Musilaj etken maddesi nedeniyle sindirim sistemini hızlandırır ve yağ emilimini azaltır. Yağların Yakılmasının Arttırır: Kurutulmuş Kereviz; içerdiği falcarimol, falkarindiol, panaksidol ve diğer etken maddelerin etkisiyle metabolizmayı ve yağ yakımını hızlandırır, kan kolesterol düzeyini düşürür.’’ ş*eklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**43)**

**Dosya No: 2015/1042**

**Şikayet Edilen:** **Vizyon Shop Ajans Dağıtım Pazarlama Dış Ticaret Anonim Şirketi**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.vizyonpazarlama.com adresli internet sitesinde yer alan *“Santelife Form Çorba”* adlı ürüne yönelik tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.07.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.vizyonpazarlama.com adresli internet sitesinin 02.07.2015 tarihli görünümünde “Sağlık/Medikal, TV Ürünleri” başlığı altında; *“Form Çorbası ile Günde Zinde Başlayın: Güne iyi başlangıç yapmak için kadın erkek ayırmaksızın güzel ve form da görünmek isteriz. Peki bunlara engel olan fazla yağlarınız mı? Bunun için form çorbasını geliştiren uzmanlar sizi tok tutmak ve aynı zamanda zinde tutmak için size yardımcı olur. Böylece sizi sık sık atıştırma yapmanızı engelleyerek formda kalmanızı sağlayacak. Form Çorbası Size Tokluk Hissi Verir: Form çorbasını içtiğinizde 21 günlük süre boyunca Form çorba sizi doğal organik içeriği sayesinde sizi besleyecek ve vitamin değeri yüksek gıdalar ile metabolizmanızı güçlendirmeye yardımcı olacak. 21 Günde Mucize Sonuç. Kurutulmuş Domates: Kalp ve damar sağlığına iyi gelir. Tokluk hissi yaratarak zayıflamaya yardımcı olur. Göz, cilt ve saç sağlığına yardımcı olur. Kan Şekerini düzenler. Kurutulmuş Sarımsak: Kalp ve damar sağlığına iyi gelir. Tansiyon düşürür. Doğal antibiyotik olarak tanımlanır. Kilo kontrolüne yardımcı olur. Sindirime yardımcı olur ve midede biriken gaza iyi gelir. Kurutulmuş maydanoz: Göz ve cilt sağlığına yardımcı olur. Kilo vermeye yardımcı olarak idrar söktürür. İltihap önleyicidir. Böbrek sağlığına iyi gelir… Form çorba tamamen organik özel bir formülle üretildi. Mucize formülün içinde bulunan her bir sebze sizin hazım ve sindirim sisteminize doğru şekilde ve doğru oranda etki edecek şekilde hazırlandı…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Vizyon Shop Ajans Dağıtım Pazarlama Dış Ticaret Anonim Şirketi** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**44)**

 **Dosya No: 2015/1114**

**Şikayet Edilen:** **Tasfiye Halinde Artı İnteraktif Paz. Rek. Koz. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.06.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instagramdiyeti.com adresli internet sitesinin 23.06.2015 tarihli görünümünde*;* *“İnstaDiet Göbek ve Basen Bölgesiniz Zayıflatmayı Hedefliyor! Bu diyetin göbek ve basen bölgesindeki fazla kiloları adeta hedef olarak seçtiği ilk göze çarpanlar arasında. Kullanıcılarının bu InstaDiet’i kullanmalarının ardından çektiği fotoğraflar kıyaslandığında ekstra bir efor sarf etmeden sadece düzenli kullanımda bu bölgelerdeki aşırı farklılıklar kesinlikle dikkate değer. İnstaDiyet çılgınlığının ortaya çıkmasının ardından Amerika’da başlayan #instadiet hashtagi bütün dünyaya yayılmaya başladı. Ülkemizde yeni yeni yayılmaya başlayan #instadiet furyasına şimdiden erişmek mümkün. İnsta Diet Gündüz Çayı: Her sabah 1 adet aç karnına içilmesi tavsiye ediliyor. Metabolizmayı hızlandırır ve vücuttaki toksinlerin atılmasını sağlıyor. İnsta Diet Gece Çayı: … Hazımsızlığı yok ediyor, zayıflamayı hızlandırıyor. Alkali Su: Yaklaşık 250-300 ml olan 1 bardak suya 3 damla damlatarak içme suyunuzu yüksek pH’lı suya dönüştürebilirsiniz...”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.instagramdieti.com adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlarda, gıda takviyesi niteliğindeki muhtelif ürünlerin görüntü ve endikasyon bilgilerine yer verilerek ve sağlık beyanları kullanılarak tanıtımının yapıldığı, “takviye edici gıda” niteliğinde olan ürünlerin reklam ve tanıtımlarında mevzuatta izin verilenlerin dışında herhangi bir sağlık beyanına yer verilemeyeceği ayrıca “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tüm bu reklam ve 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 üncü maddesinin üçüncü bendi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Artı İnteraktif Paz. Rek. Koz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**45)**

**Dosya No: 2015/1477**

**Şikayet Edilen:** **Ergör Canlı Hayvan Ve Temel Gıda Mad. Paz. Nak. San. Ve Tic. Ltd. Şti**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Ergör Yumurta” markalı ürüne ait ambalajlarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** Belirsiz

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj

**Tespitler:** “Ergör Yumurta” markalı ürüne ait ambalajlarda *“Neden Özel Çiftlik Yumurtası? Özel ırka sahip tavuklardan ele edilen bu yumurtaların beyaz yumurtaya oranla vitamin ve besin değeri daha yüksektir,* *Sağlıklı yaşam için günde 1 tane Ergör Yumurta”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Ergör Yumurta” markalı ürüne ait ambalajların üzerinde yer alan ifadeler ile beyaz yumurtalar kötüymüş izleniminin verilerek tüketicilerin yanılttığı ve benzer ürünler açısından haksız rekabet teşkil ettiği; bununla birlikte, kullanılan *“özel çiftlik yumurtası”* ve *“özel ırka sahip tavuklar”* ifadelerinin bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu; diğer taraftan, ambalajlarda yer alan *“Sağlıklı yaşam için günde 1 tane Ergör Yumurta”* ifadesi ile sağlık beyanlarına yer verildiği, dolayısıyla söz konusu ambalajlarda yer alan 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 Kanunu’nun 24 üncü maddesinin üçüncü bendi,

- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin 6 ncı maddesi

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Ergör Canlı Hayvan Ve Temel Gıda Mad. Paz. Nak. San. Ve Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**46)**

**Dosya No: 2015/1479**

**Şikayet Edilen:** **Uygur Şifa**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.uygursifa.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 13.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.uygursifa.com isimli internet sitesinin 13.11.2015 tarihli görünümünde satışı gerçekleştirilen ürünlere ilişkin, *“Zayıflama Seti, Kilo Alma Seti, Prostat Seti*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** www.uygursifa.com adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda tanıtımı yapılan ürünlerin *“Zayıflama Seti, Kilo Alma Seti, Prostat Seti*” şeklinde isimlendirilmesi suretiyle tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği; böylelikle, gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine etki eden bir “tıbbi ürün” gibi tanıtıldığı, öte yandan söz konusu tanıtımlarda yer alan iddiaların da bilimsel olarak ispata muhtaç olduğu, ayrıca şayet anılan ürün söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılması gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**47)**

 **Dosya No: 2015/1480**

**Şikayet Edilen:** **Datatel Veri İletişim Ve Tel. Sis. Dış. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** https://thepurecambogiaultra.com/tr/#/ adresli internet sitesinde "Garnıcıa Cambogıa" adlı ürüne ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** https://thepurecambogiaultra.com/tr/#/ adresli internet sitesinin 11.01.2016 tarihli görünümünde; *“GARNICIA CAMBOGIA NEDİR? Mucizevi Zayıflama Bitkisi. Bilim insanları ve Medya bunun hakkında neden konuşuyor? Hakkında en çok konuşulan doğal zayıflama yöntemi nihayet karşınızda! Güneydoğu Asya ve Hindistan’da yetişen balkabağı şeklinde bir meyve olan Garcinia Cambogia çığır açacak yepyeni bir gelişme! Garnicia Cambogia, meyvenin kabuğundan elde edilen HCA(Hidroksi Sitrik Asit) temel bileşiğinden oluşur. Bu, tabiat ananın kilo vermek için sunduğu çözümdür! GARCINIA CAMBOGIA (HCA)’NIN FAYDALARI Diyet yapmadan, egzersiz yapmadan kilo vermenizi sağlayacak doğal zayıflama yöntemleri arasında heyecan verici yepyeni bir buluş HCA özü sağladığı birçok fayda ile bilinen bir asittir. Serotonin artışı, duygu değişimlerine bağlı olarak yemek yiyen kişilerin daha iyi uyumalarına ve ruh hallerini dengelemelerine yardımcı olur. HCA’nın aynı zamanda iştah kapatıcı özelliği vardır. Pure Cambogia Ultra’yı kullanmanız yağların oluşumunu engellemeye ve daha fazla yağ yakımı sağlayan bir enerji kaynağı olan glikojene doğru ilerlemelerini sağlamaya yardımcı olur. Yağların oluşumu engellendiğinde sonuçları görmeye başlarsınız! Kortizol denen stres hormonlarını kontrol ettiğinizde göbeğinizdeki yağları da kontrol etmeye başlarsınız. Bu mucizevî bileşen akla yatıyor! Yağlarınızdan kurtulmak için çok basit bir çözüm! HİDROKSİSİTRİK ASİT (HSA) NASIL İŞE YARIYOR? Zayıflamada Gerçek Etki Pure Cambogia Ultra, yağ yakıcı, iştah bastırıcı ve ruh halini yükseltici olarak işlev görür. Bu güçlü kombinasyon insanların kilo vermesine olanak sağlar. HCA, fazla karbonhidratların yağa dönüştürüldüğü metabolik süreçte önemli bir katalizör olduğu bilinen vücudunuzdaki sitratliyaz enzimini baskılar. Pure Cambogia Ultra’nın içindeki Doğal (HCA) yemek yeme isteğini frenleyen ve kalori tüketme dürtüsünü azaltan bilindik bir iştah bastırıcıdır. Yemek yemek duygularla ilişkilidir. Pure Cambogia Ultra serotonin seviyenizi arttırarak daha iyi bir ruh haline sahip olmanızı ve daha iyi uyumanızı sağlar. HCA aynı zamanda stres hormonlarınızı da (kortisol) kontrol etmeye yardımcı olur ve bunun karşılığımda göbeğinizdeki yağlara etkin bir biçimde saldırır siz de hızlı sonuçlara şahit olursunuz!”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** https://thepurecambogiaultra.com/tr/#/ adresli internet sitesinde, “Garnıcıa Cambogıa” adlı ürünün görüntü ve endikasyon bilgilerine yer verilerek ve sağlık beyanları kullanılarak tanıtımının yapıldığı, “takviye edici gıda” niteliğinde olan ürünlerin reklam ve tanıtımlarında mevzuatta izin verilenlerin dışında herhangi bir sağlık beyanına yer verilemeyeceği ayrıca “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tüm bu reklam ve 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 üncü maddesinin üçüncü bendi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Datatel Veri İletişim Ve Tel. Sis. Dış. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**48)**

 **Dosya No: 2015/1505**

**Şikayet Edilen:** **Tasfiye Halinde Artı İnteraktif Paz. Rek. Koz. San. Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.instadietsummer.com adresli internet sitesinin 02.10.2015 tarihli görünümünde*;* *“Amerikalı diyetisyenin mucize kombinasyonu! Jena Henris, Martha Foxx ve Angel McGilly gibi fenomenler arasında sır gibi saklanan zayıflama yöntemi aslında bir üründen ibaretmiş. İşin ilginç yanı ise bu sırrı keşfedenin bir Türk takipçi olması. Son yılların en çok yapılan Diyeti: Alkali Diyeti. Alkali Su vücudun alkali seviyesini yükseltir ve bu doğrultuda yağ yakımını hızlandırmaya yardımcı olur. Alkali suyun amacı; vücudun asit-alkali dengesini koruyarak başvuran kişinin fiziksel, zihinsel ve emosyonel performansını arttırmaktır. Kişinin kilo kontrolünü sağlamak ve uzun süreli sağlık halini korumaya yardımcı olmaktır. Metabolizma hızlandırıcı ve yağ yakıcı özellikleri ile Detox Çayları. Detoks Çayı vücudu temizlerken içindekilerin metabolizma hızlandırıcı ve yağ yakıcı özellikleri nedeniyle zayıflama da yardımcıdır. #instadiet ile yağlarınızı yakın ve sağlığınıza geri kavuşun! İnstaDiet Göbek ve Basen Bölgesiniz Zayıflatmayı Hedefliyor! Bu diyetin göbek ve basen bölgesindeki fazla kiloları adeta hedef olarak seçtiği ilk göze çarpanlar arasında. Bu diyetin göbek ve basen bölgesindeki fazla kiloları adeta hedef olarak seçtiği ilk göze çarpanlar arasında. Kullanıcılarının bu InstaDiet’i kullanmalarının ardından çektiği fotoğraflar kıyaslandığında ekstra bir efor sarf etmeden sadece düzenli kullanımda bu bölgelerdeki aşırı farklılıklar kesinlikle dikkate değer.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Tasfiye Halinde Artı İnteraktif Paz. Rek. Koz. San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**49)**

 **Dosya No: 2016/773**

**Şikayet Edilen:** **Mustafa EGE**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.bitkiselsepet.net ve www.bitkiselsepet.com isimli internet sitelerinde yer alan muhtelif ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.bitkiselsepet.net adresli internet sitesi tıklandığında www.bitkiselsepet.com adresine yönlendirildiği ve bu sitenin 17.05.2016 tarihli görünümünde*;* *“Gainmax nedir? Doğru ve düzenli bir kullanım sonrasında etkili bir şekilde kilo alma etkisi yaratmaktadır. İştah açıcı ve kilo almaya yardımcı olarak sunulan bu ürün ayrıca sindirim sistemini düzenlemekte ve spor aktiviteleriyle birlikte kullanıldığında kas ağırlığını ve hacmini artırıcı özelliktedir. Bu özelliklerinin yanında bağışıklık sistemini düzenleyebilir ve kanın yapısını da daha akışkan bir hale getirebilir. Bedensel ve ruhsal gelişimi güçlendirir ve vücut direncini de arttırmaya yardımcıdır. Goji Berry Meyvesi (Kurt Üzümü) nedir? Kilo kaybı diyeti olarak bilinen Goji Berry Meyvesi (Kurt Üzümü) içeriğindeki antioksidanlar sayesinde vücudunuzu zararlı radikallerden koruyarak erken yaşlanmaya karşı direncinizi arttırmaya yardımcıdır. Son zamanlarda yapılan araştırmalara göre uzun ömür meyvesi adı verilmiştir. Asya ülkelerinde yapılan bir diğer araştırmaya göre günde 2 adet Goji Berry Meyvesi tüketmek, kilo kaybına yardımcı olabilmektedir. Goji Berry Meyvesinin kolesterolü de düşürdüğü ve aynı zamanda vücuttaki yağ oranını da azalttığı söyleniyor. Uyku düzensizliklerini engelleyen bu meyve hafızayı da güçlendirdiği belirtiliyor. Son olarak da cinsel istek ve gücü düzenleyerek daha genç görünmenizi de sağladığı söyleniyor.* *Acı Çehre Tohumu: Gaz giderici etkisiyle de karın bölgesindeki şişkinliği ve hazımsızlığı ortadan kaldırmaya yardımcıdır. Power Plus L’Carnitine Nedir? Bitkisel içerikli bir gıda takviyesi olan bu ürün sayesinde yağ yakımı ve daha fazla hareket kabiliyeti sağlamanıza yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte spor yapmanız da sizlere ekstra güç sağlayacaktır. Yağ ve kalori kaybı sağlayan bu ürün ayrıca iştahınızın kesilmesinde yardımcı olabilmektedir. Bununla birlikte vücudunuzu tok tutar ve mide kazınmalarının etkisini de azaltmaya destek sağlayabilmektedir. Günümüzde en çok basen bölgesi yağlanmaları için tercih edilen ve sportif olarak kas yapılması için takviye edicidir. Melisa Çayı: Melisa bitkisi, nane familyasından olan ve oldukça faydalı olan bir bitkidir. Daha çok sakinleştirici etkisiyle bilinmektedir ve kaygı ve stresi azaltmak için tercih edilebilir. Panax ÇayıBağışıklık sistemini güçlendirdiği belirtilen bir gıda takviyesi olarak yorgunluk giderici ve cinsel performans artırıcı olarak panax çayı birçok uzman tarafından önerilir. Sarı Kantaron nedir? Bel ağrıları ve cilt sağlığı için tercih edilen Sarı Kantaron ile birlikte stres ve diğer etkenlerin azaltılması sağlanabilir. Günümüzde pek çok rahatsızlığın bitkisel tedavisinde tercih edilen sarı kantaron, uzmanlar tarafından da tavsiye edilmektedir. En çok depresyon etkilerine karşı faydalı olduğu biliniyor. Günümüzde ayrıca dikkat bozukluğu yaşayan kişiler için de tercih edilebilir. Goji Fit Sıkılaştırıcı Nemlendirici Krem: Doğal formülü sayesinde kırışıklıkların görünümünü gözle görülür şekilde azaltır ve yeni kırışıklıkların oluşumunu da engelleyebilmektedir. İlvina Lekelere Karşı Bakım Kremi: Ciltteki lekelere ve renk bozukluklarına karşı onarıcı bakım kremi olarak İlvina lekelere karşı bakım kremini tercih ettiğinizde ise; Sivilce lekeleri, Doğum sonrası lekeler, Eller üzerinde oluşabilen kahverengi lekeler, Yaşlılık lekeleri, Güneşin sebep olduğu lekelere karşı önlem alabilirsiniz. Arı sütü kremi nedir? Gençleşmek ve daha canlı bir görünüme sahip olmak isteyenlerin tercihi olarak günümüzde etkili bir şekilde tercih edilir. Yapısı itibariyle yapıcı ve onarıcı bir etkiye sahip olan bu kremi vücudunuza sürdüğünüz andan itibaren cildinizdeki hücreler yenilenmeye başlar ve çok daha doğal bir görünüme ulaştırır. Vücut, alın ve göz çevresi kırışıklıklarını gideren arı sütü kremi, daha genç bir görünüme ulaşmanızı sağlamaktadır. Ayrıca göğüsler için de kullanılır. Bu sayede göğüslerinizi sertleştirip toparlar ve canlı bir şekle ulaşmasını sağlar. Cildinizin hassas kısımları üzerinde uyguladığınızda da yapıcı bir etkiye sahip olduğunu düşünebilirsiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

 - Sağlık Beyanı ile Satışa Sunulan Ürünlerin Sağlık Beyanları Hakkında Yönetmeliğin 4/c; 5/a, 5/b, 5/c, 5/ç, 5/d; 7/a, 7/b, 7/c inci maddeleri,

- Kozmetik Yönetmeliği’nin 4 ve 10 uncu maddeleri,

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi,

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**TEKNOLOJİ**

**50)**

**Dosya No: 2016/1746**

**Şikayet Edilen: Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“En Güzel Karne Hediyeleri Vatan’da”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Gazete

**Tespitler:** *“En Güzel Karne Hediyeleri Vatan’da”* başlıklı reklamda muhtelif elektronik ürünlerin fiyatlarına yer verildiği, söz konusu reklamda yer alan altyazıda; *“Türk Lirası Fiyatlar 1USD=2.80 olarak hesaplanmış olup, satış günündeki döviz kuru üzerinden yeniden hesaplanacaktır.”* ibaresinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş. isimli firmaya ait “En Güzel Karne Hediyeleri Vatan’da” başlıklı reklamda *“Türk Lirası Fiyatlar 1USD=2.80 olarak hesaplanmış olup, satış günündeki döviz kuru üzerinden yeniden hesaplanacaktır.”* ibaresi yer almakla beraber, reklam veren firma tarafından inceleme konusu reklamda yer alan çeşitli elektronik ürünlerin, tüketicilere reklamda belirtilen tarih aralığında ve vaat edilen Türk Lirası cinsinden fiyatlar üzerinden satıldığına dair firmaya ait muhtelif mağazalardan derlenmiş faturaların gönderilmiş olduğu, dolayısıyla reklam veren firmanın inceleme konusu reklamda yer alan Türk Lirası cinsinden fiyatlardan daha yüksek fiyat ile satış yaptığına dair herhangi bir tespite rastlanmadığı, bu nedenle söz konusu reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**51)**

**Dosya No: 2015/1712**

**Şikayet Edilen: Erdem Yayın Dağıtım Pazarlama ve Danışmanlık Hiz. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**Tosun TV” adlı kanalda yayınlanan *“5S Cep Telefonu”* adlı ürüne ilişkin reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.11.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu reklamlarda; *“2000-2250 TL değerinde 5S marka cep telefonu soruyu bilen herkese ücretsiz… Çekilişsiz kurasız… Sadece küçük bir gelir gider vergisi var. Başka ek ücret ödemeyeceksiniz… Ayrıca 70 TL değerinde orijinal deri kılıfını da beraberinde gönderiyoruz…”* şeklinde ifadelere yer verildiği, reklamda sipariş için verilen telefon numarasının adı geçen firmaya ait olduğu tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlarda ürünün markasının “5S” olduğunun belirtildiği; ancak, tüketicilere gönderilen telefonların “Phone 6” marka olduğu, reklamda belirtilen diğer özelliklere sahip olmadığı, tüketicilere hediye edileceği belirtilen deri kılıfın da gönderilmediği, diğer taraftan mevzuatta tüketiciden tahsil edilen “gelir gider vergisi” adı altında bir vergi türü bulunmadığı, tüketicilerden alınan bedelin vergi olarak değil ürün bedeli olarak tahsil edildiği ve faturaya yansıtıldığı, bu nedenle bu ifadenin yanıltıcı olduğu, ayrıca reklamı yapılan ürünün isminin 5S olarak lanse edildiği ve görsellerinin Iphone 5S’e benzetildiği, fiyatının 2000-2250 TL civarında olduğunun belirtildiği, böylelikle tüketicilerde bu ürünün Iphone 5S olduğu algısı yaratıldığı, bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, ayrıca ilan edilen değerde olduğu hususlarının firma tarafından ispat edilemediği, reklamda belirtilen iddiaları kanıtlar nitelikte herhangi bir belge sunulamadığı, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/5-ç; 9 ve 13 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Erdem Yayın Dağıtım Pazarlama ve Danışmanlık Hiz. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **11.011,00 TL (Onbirbinonbir Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**52)**

**Dosya No: 2016/1507**

**Şikayet Edilen: Kale Otomotiv San. Ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firma tarafından [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinde yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinde yer verilen tanıtımlarda, “Xchange By Toyota” ibaresine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Kale Otomotiv San. Ve Tic. A.Ş.** isimli firma tarafından [www.sahibinden.com](http://www.sahibinden.com) adresli internet sitesinde gerçekleştirilen tanıtımlarda, Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle ilgili reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**TURİZM**

**53)**

**Dosya No: 2015/707**

**Şikayet Edilen: Aydın Termal Kaplıca Tur. İnş. Nak. Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Aydın Termal Otel)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.05.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Yapılan incelemede, Sağlık Bakanlığı tarafından verilen termal tesis işletme izin belgesinin “Aydın Termal Tesisi” adı ile düzenlenmesine rağmen; [www.royaltermal.com](http://www.royaltermal.com) adresli internet sitesinde “Royal Termal Tatil Köyü” adı ile reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Bakanlığı tarafından verilen termal tesis işletme izin belgesinin *“Aydın Termal Tesisi”* adı ile düzenlenmesine karşın; [www.royaltermal.com](http://www.royaltermal.com) adresli internet sitesinin 18.05.2015 tarihli görünümünde “*Royal Termal Tatil Köyü”* adı ile reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

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

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

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

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

 hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Aydın Termal Kaplıca Tur. İnş. Nak. Gıda San. Tic. Ltd. Şti. (Aydın Termal Otel)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2015/1890**

**Şikayet Edilen: Gezenay Turizm Hizmetleri Ticaret A.Ş. (Premium Vacation Club / Steigenberger Hotel The Maslak İstanbul)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Premium Vacation Club”*** isimli üyelik sistemine ilişkin olarak http://premiumvacationclub.net/tr adresli internet sitesinde yer alan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Gezenay Turizm Hizmetleri Ticaret A.Ş.’ye ait <http://premiumvacationclub.net/tr> adresli internet sitesinde yayınlanan reklamlarda, ***“Premium Vacation Club İstanbul Beş Yıldızlı Otel” , “Otelimiz, şehir merkezinden 10 kilometre, Boğazdan beş kilometre ve İstanbul Atatürk Havalimanından 30 kilometre mesafededir. Metro istasyonu yürüme mesafesinde olup sizi 25 dakikada Taksim Meydanına çıkarır. Dört büyük alışveriş merkezi Akmerkez, Kanyon, Zorlu Center ve İstinye Park otelden sadece 15 dakika mesafededir. (…)”*** ifadelerine yer verildiği; söz konusu ifadelerle tanıtımı yapılanPremium Vacation Club’ın bir “tesis” değil üyelerine özel fiyat ve fırsatlar, üstün müşteri hizmeti, maksimum rezervasyon eksikliği, ücretsiz misafir sertifikaları gibi özel hizmet ve indirimler sunan bir üyelik sistemi olduğu, söz konusu internet sitesinde özelliklerine yer verilen otelin ise Palace Hotel Turizm Hizmetleri A.Ş. tarafından işletilen “Sheraton İstanbul Maslak Oteli” olduğu, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından anılan tesis mahallinde yapılan denetim sonucunda tesisin sınıfını koruduğu ve tesise ait 5 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesinin 5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesine çevrilmesine karar verildiği, ayrıca marka değişikliği sonucu tesisin uygulamadaki isminin “Steigenberger Hotel” olarak değiştirildiği ve bu hususa ilişkin işlemlerin Bakanlıkça yürütüldüğü hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Gezenay Turizm Hizmetleri Ticaret A.Ş.’ye ait <http://premiumvacationclub.net/tr> adresli internet sitesinde *“Premium Vacation Club İstanbul Beş Yıldızlı Otel”* başlığı altında tanıtımı yapılan otelin Palace Hotel Turizm Hizmetleri A.Ş.’ye ait “Sheraton İstanbul Maslak Oteli” olduğu, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından anılan tesis mahallinde yapılan denetim sonucunda tesisin sınıfını koruduğu ve tesise ait 5 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesinin 5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesine çevrilmesine karar verildiği, ayrıca marka değişikliği sonucu tesisin uygulamadaki isminin “Steigenberger Hotel” olarak değiştirildiği ve bu hususa ilişkin işlemlerin Kültür ve Turizm Bakanlığınca yürütüldüğü tespit edilmiş olup, tesisin mevcut durumda kısmi turizm işletmesi belgeli olması ve henüz turizm işletmesi belgesi düzenlenmemesinden dolayı isim değişikliğinin gerçekleşmemesi sebebiyle anılan internet sitesinde tesisin ismine yer verilmeksizin tanıtımının yapıldığı anlaşıldığından, söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu iddiasının gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**55)**

**Dosya No: 2015/1891**

**Şikayet Edilen: Fatih ÖRNEK - Örnek Organizasyon**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu şahıs tarafından devre mülk satışına yönelik olarak gerçekleştirilen ticari uygulamalar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:**

**Tespitler:** Fatih ÖRNEK - Örnek Organizasyon tarafından başvuru sahibi tüketicinin telefonla aranarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bir anket sonucunda 2016 yılında kullanılmak üzere 4 gece 5 gün hediye tatil çeki kazandığı, söz konusu hediye tatil çekinin kullanılabilmesi için ise tüketicinin Ayaş’a düzenlenen günübirlik ücretsiz turlara katılması gerektiği bilgisinin verildiği, söz konusu iddianın doğruluğunun tespiti açısından anılan şahıstan, konuya ve anılan kampanyanın işleyişine ilişkin ayrıntılı açıklamaları ile başvuruda yer alan, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen anket sonucunda tüketicilere hediye tatil çeki verildiği yönündeki iddiaları ispatlayacak nitelikte bilgi ve belgeler istendiği, ancak söz konusu iddiaları kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin Bakanlığımıza gönderilmediği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bakanlığımıza yapılan bir şikayet başvurusunda, Fatih ÖRNEK - Örnek Organizasyon tarafından başvuru sahibi tüketicinin telefonla aranarak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bir anket sonucunda 2016 yılında kullanılmak üzere 4 gece 5 gün hediye tatil çeki kazandığı, söz konusu hediye tatil çekinin kullanılabilmesi için ise tüketicinin Ayaş’a düzenlenen günübirlik ücretsiz turlara katılması gerektiği bilgisinin verildiği ifade edilmiş olup, söz konusu iddianın doğruluğunun tespiti açısından, anılan şahıstan, konuya ve anılan kampanyanın işleyişine ilişkin ayrıntılı açıklamaları ile başvuruda yer alan, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından düzenlenen anket sonucunda tüketicilere hediye tatil çeki verildiği yönündeki iddiaları ispatlayacak nitelikte bilgi ve belgeler istenmesine karşın, söz konusu iddiaları kanıtlayacak nitelikte herhangi bir bilgi ya da belgenin tarafımıza gönderilmemesi sebebiyle, adı geçen Bakanlığın tüketicilere yönelik bu şekilde bir hediye tatil çeki uygulamasının olmadığı ve söz konusu şahıs tarafından düzenlenen turlarda devremülk satışı yapabilmek adına tüketicilere bu şekilde yanıltıcı bilgiler verildiği kanaatine varılmış olup, bu durumun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Haksız Ticari Uygulama Olarak Kabul Edilen Örnek Uygulamalar” başlığı altında yer alan ***“Ödül veya benzeri bir menfaat söz konusu olmamasına rağmen, tüketicinin bunları talep edebilmek için para ödemesi ya da bir masrafta bulunması gerektiği hallerde, bu ödül veya menfaati kazandığı, kazanacağı veya belirli bir eylemde bulunması halinde kazanacağı doğrultusunda yanlış izlenim oluşturmak.”*** şeklindeki saldırgan ticari uygulamaya örnek teşkil ettiği, dolayısıyla söz konusu şahıs tarafından tüketicileri aldatıcı, yanıltıcı ve tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerini istismar edici nitelikte haksız ticari uygulamalarda bulunulduğu, bu durumun da;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-b, 9/1, 9/4, 28, 29, 30, 31 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, söz konusu ticari uygulamalar ile ilgili olarak **Fatih ÖRNEK - Örnek Organizasyon** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12-13 üncü maddeleri uyarınca **anılan ticari uygulamaları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**56)**

**Dosya No: 2016/48**

**Şikayet Edilen: Otium Otelcilik Turizm Ticaret A.Ş. (Otium Hotel Gül Beach)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 24.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: *“Otium Hotel Gül Beach”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından onaylı Turizm Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.com.tr) adresli internet sitelerinde ***“4 Yıldızlı Otel”***olarak reklamının yapıldığı; diğer taraftan, inceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte tesisin Otium Otelcilik Turizm Ticaret A.Ş. tarafından işletildiği, ancak daha sonra kira sözleşmesinin tek taraflı olarak feshedildiği ve tesisin 9 Haziran itibariyle tahliye edildiği hususları tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: *“Otium Hotel Gül Beach”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından onaylı Turizm Belgesi sahibi olmamasına karşın, [www.booking.com](http://www.booking.com) ve [www.tripadvisor.com.tr](http://www.tripadvisor.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 **Otium Otelcilik Turizm Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**57)**

**Dosya No: 2016/276**

**Şikayet Edilen: İstanbul Marmara Eğitim Sağlık Kurumları A.Ş. (Marma Otel İstanbul)**

**Şikayet Edilen Reklam:** **“*Marma Otel İstanbul”*** isimli turizm işletmesine ait broşürlerde yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.01.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İstanbul Marmara Eğitim Sağlık Kurumları A.Ş.’ye ait ***“Marma Otel İstanbul”***isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığının **09.06.2016** tarihli Makam Oluru ile 5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesine çevrildiği, bununla birlikte söz konusu tesise ait **19.01.2016** tarihli broşürlerde ***“5 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İstanbul Marmara Eğitim Sağlık Kurumları A.Ş.’yeait ***“Marma Otel İstanbul”***isimli tesisin 4 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesinin, Kültür ve Turizm Bakanlığının **09.06.2016** tarihli Makam Oluru ile 5 Yıldızlı Otel Turizm İşletmesi Belgesine çevrilmiş olmasına karşın, söz konusu tesise ait **19.01.2016** tarihli broşürlerde ***“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 **İstanbul Marmara Eğitim Sağlık Kurumları A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**58)**

**Dosya No: 2016/640**

**Şikayet Edilen: Stil Tatil Danışmanlığı Turizm Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.tatilstil.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.tatilstil.com adresli internet sitesinde “Yurt Dışı Turlar” kategorisinde tanıtımı yapılan ***“Büyük Balkan ve Yunanistan Turu” , “349,00 €”*** sloganlı reklamlarda, **“Fiyata Dahil Olmayan Hizmetlerimiz”** başlığı altında, *“****Schengen Vizesi (120 Euro); Kişisel ve ekstra harcamalar; Yemekler sırasında alınacak olan içecekler; Dâhil olduğu açıkça belirtilmemiş her türlü hizmet; Yurt dışı çıkış pulu (15 TL); Seyahat sağlık güvence bedeli 15 €; Seyahat sağlık güvence bedeli 65 yaş ve üzeri 30 €; Şoför Bahşişleri; Otel ve Gümrük vergileri 25 € Rehbere veya ilgili yerlere misafir tarafından ödenir; Müze ve Ören Yeri Girişleri****”*ifadelerine; ***“Selanik Jumbo Alışveriş Turu” , “69,00 €”*** sloganlı reklamlarda ise, yine **“Fiyatlara Dahil Olmayan Hizmetlerimiz”** başlığı altında, **“*Schengen Vizesi (120 €); Yurtdışı çıkış Pulu; Extra turlar ve kişisel harcamalar; Müze ve Ören yeri girişleri; Şöför Bahşişleri (5 €); Seyahat sağlık güvence paketi 15 €, 65 yaş ve üzeri 30 €; Taverna Turu (45 €); Kavala Turu (5 €); Porto Lagos Turu (5€)”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Stil Tatil Danışmanlığı Turizm Tic. Ltd. Şti.’ye aitwww.tatilstil.com adresli internet sitesinde “Yurt Dışı Turlar” kategorisinde tanıtımı yapılan reklamlarda ilan edilen paket tur fiyatına dahil olan hizmetlerin **“Fiyata Dahil Olan Hizmetlerimiz”** başlığı altında açık ve anlaşılır bir şekilde tüketicilerin bilgisine sunulduğu; söz konusu tanıtımlarda **“Fiyata Dahil Olmayan Hizmetlerimiz”** başlığı altında yer verilen hizmetlerin ise zorunlu hizmetler olmayıp, tüketicilere sunulan ilave hizmetler olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin ücretlere paket tur hizmetinin fiyatına dahil edilmeksizin yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan paket tur hizmeti karşılığında ödenecek fiyat hususunda tüketicilerin yanıltılmasının mümkün olmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik taşımadığına, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**59)**

**Dosya No: 2016/642**

**Şikayet Edilen: Gruppal İnternet Hizmetleri ve Turizm A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.gruppal.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 22.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.gruppal.com adresli internet sitesinde “Yurt Dışı Turlar” kategorisinde tanıtımı yapılan ***“Balkanlar Turu” , “1,099 TL”*** sloganlı reklamlarda, **“Fiyata Dahil Olmayan Hizmetler”** başlığı altında, ***“Vize ücreti ve servis bedeli; Zorunlu seyahat sağlık sigortası; Yurt dışı çıkış harcı bedeli; Kişisel ve ekstra harcamalar; Yemekler sırasında alınacak olan içecekler; Dâhil olduğu açıkça belirtilmemiş her türlü hizmet; Şoför bahşişleri; Otel ve gümrük vergileri (25 Euro - Rehbere ilk gümrük girişi ödenir.); Müze ve ören yeri girişleri”*** ifadelerine; ***“Orta Avrupa ve Balkanlar Turu” , “1,299 TL”*** sloganlı reklamlarda ise, yine **“Fırsata Dahil Olmayan Hizmetler”** başlığı altında, **“*Vize ücreti ve servis bedeli; Zorunlu seyahat sağlık sigortası; Yurt dışı çıkış harcı bedeli; Öğle ve akşam yemekleri; Öğlen ve akşam yemekleri ile ilk gün yolda alınan kahvaltı; Tüm yemeklerde alınan içecekler; Ekstra olarak belirtilen turlar ve kişisel harcamalar; Müze ve ören yeri giriş ücretleri; Otel ve gümrük vergileri (25 Euro - Rehbere ödenir.)”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Gruppal İnternet Hizmetleri ve Turizm A.Ş.’ye aitwww.gruppal.com adresli internet sitesinde “Yurt Dışı Turlar” kategorisinde tanıtımı yapılan reklamlarda ilan edilen paket tur fiyatına dahil olan hizmetlerin **“Fiyata Dahil Olan Hizmetler”** başlığı altında açık ve anlaşılır bir şekilde tüketicilerin bilgisine sunulduğu; söz konusu tanıtımlarda **“Fiyata Dahil Olmayan Hizmetler”** başlığı altında yer verilen hizmetlerin ise zorunlu hizmetler olmayıp, tüketicilere sunulan ilave hizmetler olması sebebiyle bu hizmetlere ilişkin ücretlere paket tur hizmetinin fiyatına dahil edilmeksizin yer verildiği, dolayısıyla söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan paket tur hizmeti karşılığında ödenecek fiyat hususunda tüketicilerin yanıltılmasının mümkün olmadığı anlaşıldığından, söz konusu reklamlarda yer alan ifadelerin tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelik taşımadığına, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**60)**

**Dosya No: 2016/643**

**Şikayet Edilen: Sağlık Yardımlaşma, Dayanışma ve Biriktirme Sandığı (Ankara Merkez Konukevi)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Ankara Merkez Konukevi”*** isimli tesise ilişkin olarak www.saydes.net ve www.saydesotel.com adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 21.07.2016, 23.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Sağlık Yardımlaşma, Dayanışma ve Biriktirme Sandığı’na ait ***“Ankara Merkez Konukevi”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından onaylı Turizm Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.saydes.net adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ***“dört yıldız kalitesinde konforumuz ile yeni adresimizde hizmetinizdeyiz.”*** ifadelerine; www.saydesotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise ***“Saydes Otel”*** ibaresine yer verilmek suretiyle ***“4 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sağlık Yardımlaşma, Dayanışma ve Biriktirme Sandığı’naait ***“Ankara Merkez Konukevi”*** isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından onaylı Turizm Belgesi sahibi olmamasına karşın, www.saydes.net adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda, ***“dört yıldız kalitesinde konforumuz ile yeni adresimizde hizmetinizdeyiz.”*** ifadelerine; www.saydesotel.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise ***“Saydes Otel”*** ibaresine yer verilmek suretiyle ***“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 **Sağlık Yardımlaşma, Dayanışma ve Biriktirme Sandığı** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**61)**

**Dosya No: 2016/676**

**Şikayet Edilen: Mühendis Kuy. İnş. Tur. Day. Tük. Mal. Pet. Ürün. San. ve Tic. Ltd Şti. (Jasmin Court Hotel)**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Jasmin Court Hotel”*** isimli tesise ilişkin olarak www.oteljasmin.com adresli internet sitesi ile tesise ait tabelalarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.04.2016, 27.07.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, tabela

**Tespitler:** Mühendis Kuy. İnş. Tur. Day. Tük. Mal. Pet. Ürün. San. ve Tic. Ltd Şti.’ye ait ***“Jasmin Court Hotel”***isimli tesisin 3 Yıldızlı Otel Kısmi Turizm İşletmesi Belgesinin 24.02.2009 tarih ve 36823 sayılı Makam oluru ile iptal edilmiş olmasına karşın, tesise ait tabelalarda ***“*\*\*\**” (üç yıldız)*** ibaresine; www.oteljasmin.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise söz konusu tesise ait üç yıldızlı tabela görsellerine yer verilmek suretiyle ***“3 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Mühendis Kuy. İnş. Tur. Day. Tük. Mal. Pet. Ürün. San. ve Tic. Ltd Şti.’yeait ***“Jasmin Court Hotel”***isimli tesisin Kültür ve Turizm Bakanlığından onaylı turizm belgesi sahibi olmamasına karşın, tesise ait tabelalarda ***“*\*\*\**” (üç yıldız)*** ibaresine; www.oteljasmin.com adresli internet sitesinde yer alan tanıtımlarda ise söz konusu tesise ait üç yıldızlı tabela görsellerine yer verilmek suretiyle ***“3 Yıldızlı Otel”*** olarak reklamının yapılmasının tüketiciyi aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun da;

- Turizmi Teşvik Kanunu’nun 5/a maddesi,

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mühendis Kuy. İnş. Tur. Day. Tük. Mal. Pet. Ürün. San. ve Tic. Ltd Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**62)**

**Dosya No: 2016/1662**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Miles & Smiles”*** isimli özel yolcu programına ilişkin olarakwww.turkishairlines.comadresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Türk Hava Yolları A.O.’yaait www.turkishairlines.com adresli internet sitesinde **“*Miles & Smiles”*** isimli özel yolcu programına ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda, ***“Miles&Smiles, Türk Hava Yolları’nın avantajlarla dolu özel yolcu programıdır. Türk Hava Yolları ve program ortağı diğer havayolları ile uçtukça ya da anlaşmalı firmalarımızın sunduğu, hayatınızı kolaylaştıran birçok fırsattan yararlandıkça mil kazanacak ve bu milleri gönlünüzce değerlendirebileceksiniz.” , “…Türk Hava Yolları uçuşlarında: Kalkış ve varış havaalanları arasındaki mesafe Mili, uçuş sınıfı dikkate alınarak üye hesabına kaydedilir. Yurtiçi uçuşlarda üye hesaplarına uçuş sınıfı dikkate alınarak sabit değerde Mil kaydedilir. Buna göre W,P sınıfları için 150 Mil, T,L,V sınıfları için 300 Mil, M,K,H,S,E,Q sınıfları için 600 Mil, Y,B sınıfları için 750 Mil, K,J sınıfları için 1000 Mil, C,D sınıfları için 1250 Mil üye hesabına kaydedilir. Yurtdışı uçuşlarda Ekonomi Class’da gerçek mesafe Mil değerinin W ve P sınıfları için minimum 250 Mil olmak üzere %25’i, T,L ve V sınıfları için minimum 500 Mil olmak üzere %50’si, M,K,H,S,E ve Q sınıfları için minimum 1000 Mil olmak üzere %100’ü, Y ve B sınıfları için minimum 1250 Mil olmak üzere %125’i, Business Class’da gerçek mesafe Mil değerinin K ve J sınıfları için minimum 1350 Mil olmak üzere %135’i, C ve D sınıfları için minimum 1500 Mil olmak üzere %150’si üye hesabına kaydedilir. Classic Plus, Elite ve Elite Plus üyeler ücretli, business sınıf uçuşlardan Classic üyelere oranla %25 fazla Mil kazanırlar.”*** şeklindeifadelere; Miles & Smiles Program Ortakları sayfasında ***“Thai Airways”*** başlıklı tanıtımlarda ise, ***“Mil kazanımı uçuşu icra eden havayolunun belirlediği sınıflar üzerinden gerçekleşir. Ortak uçuşlarda bilet üzerinde yer alan THY uçuş sınıfı ile uçuşu icra eden havayolu sınıfı farklılıklar gösterebilir. Uçuşu icra eden havayolu sınıfı mil Kazandırmayan bir sınıfa denk geliyorsa söz konusu uçuştan mil kazanımı mümkün olmaz.”*** ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından “Miles & Smiles” isimli özel yolcu programına ilişkin olarakwww.turkishairlines.comadresli internet sitesinde yayınlanan tanıtımlarda, ***“Yurtdışı uçuşlarda Ekonomi Class’da gerçek mesafe Mil değerinin W ve P sınıfları için minimum 250 Mil olmak üzere %25’i, T,L ve V sınıfları için minimum 500 Mil olmak üzere %50’si, M,K,H,S,E ve Q sınıfları için minimum 1000 Mil olmak üzere %100’ü, Y ve B sınıfları için minimum 1250 Mil olmak üzere %125’i, Business Class’da gerçek mesafe Mil değerinin K ve J sınıfları için minimum 1350 Mil olmak üzere %135’i, C ve D sınıfları için minimum 1500 Mil olmak üzere %150’si üye hesabına kaydedilir.”*** ifadelerinin yanı sıra, Miles&Smiles Program Ortakları sayfasında ***“Thai Airways”*** başlıklı tanıtımlarda, ***“Mil kazanımı uçuşu icra eden havayolunun belirlediği sınıflar üzerinden gerçekleşir. Ortak uçuşlarda bilet üzerinde yer alan THY uçuş sınıfı ile uçuşu icra eden havayolu sınıfı farklılıklar gösterebilir. Uçuşu icra eden havayolu sınıfı mil kazandırmayan bir sınıfa denk geliyorsa söz konusu uçuştan mil kazanımı mümkün olmaz.”*** ifadelerine de yer verilmek suretiyle ortak uçuşlarda mil kazanımı ile ilgili olarak tüketicilerin doğru bir şekilde bilgilendirildiği tespit edildiğinden, söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu iddiasının gerçeği yansıtmadığı anlaşılmış, dolayısıyla anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**DİĞER**

**63)**

**Dosya No: 2016/1338**

**Şikayet Edilen:** **En Ucuz Pazarlama Turizm Reklam ve Telekomünikasyon Tic. A.Ş.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 20.04.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde, tüketicinin alışveriş yaptığı sayfada “*İlgili Kampanyalar. Tüm temizleme mendillerinde 2. Ürüne %30 indirim. Her 150TL ve üzeri alışverişe 50TL hediye çeki*” şeklinde ifadelerin bir arada yer aldığı; ayrıca, kampanyanın 28.03.2016-17.04.2016 tarihleri arasında geçerli olduğu bilgisi internet sitesinde yer almasına rağmen tüketicinin alışveriş yaptığı 20.04.2016 tarihinde halen kampanyaya ilişkin tanıtım bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 20.04.2016 tarihinde [www.ebebek.com](file:///D%3A%5CUsers%5C33451814414%5CDocuments%5C252%20rk%5Cwww.ebebek.com) adresli internet sitesinde "*İlgili Kampanyalar Tüm Temizleme Mendillerinde 2. Ürüne %30 indirim! Her 150TL ve üzeri alışverişe 50TL hediye çeki"* şeklinde ifadelerinin bir arada yer aldığı, böylece iki kampanyadan da faydalanabilme imkanı olduğu algısı yaratıldığı, ancak Serra Selin Yavuz isimli tüketici 157.72 TL'lik alışveriş yapmasına rağmen 50-TL hediye çekinden faydalanamadığı, kampanyanın 28.03.2016-17.04.2016 tarihleri arasında geçerli olduğu bilgisi [www.ebebek.com'da](file:///D%3A%5CUsers%5C33451814414%5CDocuments%5C252%20rk%5Cwww.ebebek.com%27da) yer almasına ve firma tarafından kampanya sona erdiği gerekçesiyle 50-TL hediye çekinin tanımlanmadığı bilgisi verilmesine rağmen kampanya bilgisinin ürün satın alma sayfasında halen yer aldığı, dolayısıyla yanıltıcı tanıtım yapıldığı ve tüketicinin mağdur edildiği,

Bu durumun,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7; 13; 18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**64)**

**Dosya No: 2015/10**

**Şikayet Edilen: Bir Numara Radyo ve Televizyon A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: “**NR1 HD” logolu televizyon kanalında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, internet

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait NR1 TV isimli televizyon kanalında 07-09.01.2015 tarihleri arasında HD logosu ile yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 7 Ocak 2015 tarihi itibariyle ilgili firmaya ait televizyon kanalında gerçekleştirilen yayınlarda “HD” logosunun kullanıldığı, ancak Türksat Uydu Haberleşme Kablo TV ve İşletme A.Ş. ile Yayıncı Kuruluş arasında kurulan sözleşme kapsamında anılan kanala ait HD yayının Türksat uyduları üzerinden 09.01.2015 tarihi itibarıyla seyircilere ulaştırılabildiği, dolayısıyla bahsi geçen tarihler arasında SD (standart definition) türünde yayın yapılmasına rağmen HD (high definition) logosu kullanıldığı, gerçekte yapılmayan bir yayının tüketicilere yapılıyormuş gibi sunularak mevzuata aykırı davranıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı, bununla birlikte firmaya ait internet sitesi ile çeşitli sosyal mecralarda “*NR1 Türkiye’nin İlk HD Müzik Kanalı Yayında”* şeklinde ifadelerin kullanıldığı ancak bu iddiaların hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı, dolayısıyla, söz konusu reklamların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte olan Mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 7/a, 7/c-8; 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**65)**

**Dosya No: 2015/32**

**Şikayet Edilen: Alya Radyo Televizyon Yayıncılığı A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “Powertürk HD logolu televizyon kanalında yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** TV

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait “Power Türk HD” logolu televizyon kanalında 09.01.2015 tarihinde “HD” logosu kullanılarak yayın yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firmayaait **“Powertürk HD”** logolu televizyon kanalının, 09.01.2015 tarihi itibariyle “HD” yayına geçtiği, ancak ilgili firmanın, tanıtımlarda belirtildiği üzere Türkiye’nin ilk “HD” müzik kanalı olunduğu yönündeki iddiasını ispatlayan, hukuki olarak kabul edilebilir herhangi bir bilgi veya belge beyan etmediği, dolayısıyla şikayet konusu iddianın hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı ve söz konusu durumun;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte olan Mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmeliğin 7/a, 7/c-8; 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**66)**

**Dosya No: 2015/1231**

**Şikayet Edilen: A101 Yeni Mağazacılık A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firmaya ait broşürlerde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait broşürlerde “1 kg Nimet Yufka” isimli ürün 3,25 TL yerine 2,5 TL olarak tanıtılırken, şikayet sahibi tüketiciye söz konusu indirimin uygulanmadığı ve ilgili ürünün 3,25 TL üzerinden satıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından “*25-26 Haziran 81 İlde İlk ve Tek*” başlığı ile yayınlanan broşürlerde 1000 gram Nimet marka yufkanın fiyatı %23 indirim ile 3,25 TL yerine 2,50 TL olarak tanıtılmasına rağmen, Ramazan Dönmez isimli tüketicinin 26 Haziran tarihinde ilgili firmanın Kütahya ili, Bölcek mahallesi, Hasan Polatkan Caddesindeki mağazasından yapmış olduğu alışverişte, ilgili ürün için tüketiciden 2,50 TL yerine 3,25 TL tahsil edildiği, dolayısıyla söz konusu broşür tanıtımlarında gerçekleştirilen indirimin tüketicilere uygulanmadığı ve ilgili tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7/1, 7/3, 7/4, 7/5-ç; 9 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **A101 Yeni Mağazacılık A.Ş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**67)**

**Dosya No: 2015/1734**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firmanın düzenlemiş olduğu “Crystal Blue ile New York’a” isimli kampanyaya ilişkin tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Söz konusu firmaya ait broşürlerde “*Samsung Blue Crystal çamaşır makinesi alan herkese çift kişilik New York gidiş-dönüş uçak bileti hediye*” ifadelerine yer verildiği, ilgili broşürün dipnotlarında ise, kampanya katılım koşullarına ilişkin detaylı bilgilerin yer aldığı [www.cyrstalblueilenewyorka.com](http://www.cyrstalblueilenewyorka.com) adresli internet sitesi adresinin belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Ba Life Pazarlama Reklam Org. Tic. Ltd. Şti.** isimli firma tarafından düzenlenen kampanyaya ilişkin broşürlerde yer alan tanıtımlarda, Reklam Mevzuatına aykırı bir unsur bulunmadığı gerekçesiyle ilgili reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**68)**

**Dosya No: 2015/1903**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Söz konusu firmanın düzenlemiş olduğu *“Zen Pırlanta Uçuruyor”* başlıklı tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu firma tarafından muhtelif TV kanallarında yayınlanan tanıtımlarda, “*2500 TL ve üzeri alışveriş yapan herkese Avrupa’ya gidiş-dönüş çift kişilik uçak bileti!*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu firma tarafından düzenlenen “*Zen Pırlanta Uçuruyor*” isimli kampanyaya ilişkin olarak, muhtelif televizyon kanallarında “*2500 TL ve üzeri alışveriş yapan herkese Avrupa’ya gidiş-dönüş çift kişilik uçak bileti!*” şeklinde ifadeler ile tanıtım yapıldığı, ancak söz konusu kampanya kapsamında uçak bileti kazanan tüketicilerin, uçak biletlerine ait tüm harç ve vergileri kendilerinin ödemesi gerektiği, ancak tüketicilerin satın alma kararını etkileyecek olan bu bilginin söz konusu reklamlarda hiçbir şekilde belirtilmediği, bununla birlikte tüketicilerin bu bilgiye ulaşabilecekleri, anılan kampanyaya ilişkin detaylı bilgilerin yer aldığı söz konusu firmaya ait internet sitesine de ilgili reklamlarda herhangi bir yönlendirme yapılmadığı, dolayısıyla kampanyaya ilişkin televizyon reklamlarını izleyen tüketicilerin yukarıda bahsi geçen bilgiye ulaşamadığı, şikayet konusu tanıtımlarda tüketicilerin eksik bilgilendirildiği, ve söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

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

**69)**

**Dosya No: 2015/1525**

 **Şikayet Edilen: CNC Telekomünikasyon Pazarlama İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 0212 912 01 88 numaralı telefon hattı aracılığıylamuhtelif tüketicilere gönderilen kısa mesajlarda yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2014

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** SMS

**Tespitler:** 20.10.2014 tarihli söz konusu kısa mesajda, *“Son gün! Kredi kartı alışverişlerinizden dolayı biriken bonus para puanlarınız 200 TL ulaşmıştır. Lütfen hemen 02129120188’yi arayıp aktifleştiriniz.”*şeklinde ifadelere yer verildiği belirlenmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kısa mesajlarda yapılan tanıtımlarda daha önceden abone olunan bir hizmet bulunduğu ve yapılan harcamalar sonrasında biriken para puanların belli bir miktara ulaştığı izleniminin uyandırılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiştir.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygula Esaslarına Dair Yönetmeliğin 5; 7; 13 ve 21 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklâm veren **CNC Telekomünikasyon Pazarlama İnş. İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Şti.** isimli firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **25.000 TL (Yirmibeşbin Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**70)**

**Dosya No: 2015/1764**

**Şikayet Edilen: Süleyman TIRNAKÇI (Saydam Finans Danışmanlık)**

**Şikayet Edilen Reklam:** www.kartborctaksitlendir.com adresli internet sitesinde kredi kartı borçlarının taksitlendirilmesine yönelik olarak yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.02.2016 – 13.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** www.kartborctaksitlendir.com adresli internet sitesinin 17.02.2016 ve 13.06.2016 tarihli görünümlerinde; ana sayfa içerisinde yapılan tanıtımlarda; ***“4 ay ertelemeli, kredi kartınızı taksitlendirmek için müşteri temsilcimizle görüşebilirsiniz.******Kredi kartı borcunuzu taksitlendiriyoruz. Kefil, senet, formalite yok! Taksitlendiriyoruz. Kredi kartı borcunuzu ödeyemiyor musunuz? Öde öde bitmiyor mu? Kredi kartınızı gelin taksitlendirelim****”* ve “*Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme*” başlığı ile yapılan tanıtımlarda; “***Kredi Kartı Borcu Taksitlendirme için Hemen başvurun işleminizi aynı gün içerisinde evraksız formalitesiz yapalım****. En uygun oranlarla 4 ay ertelemeli olarak borçlarınızdan kurtulun! Finansbank Kredi Kartına 12 Taksite Bölüyoruz. Garanti ve Bonus Özellikli Kartlar 3 Ay Erteleme + 12 Taksit. Yapı Kredi ve Bonus Özellikli Kredi Kartları 2 Ay Erteleme + 12 Taksit. Bu erteleme Sürelerinde Hiçbir ödeme yapmayacaksınız, Asgari ödeme Taksit gelmeyecek ekstrenize, Bu Erteleme Kampanyalarını Kaçırmadan Sizde Taksitlendirme İşleminizi Yaptırın. Kredi kartı borcunuzu kapatmakta zorluk çekiyorsanız, sürekli olarak asgari ödeme yapmaktan fazlası elinizden gelmiyorsa ve bu tutum da borcunuza devamlı olarak faiz eklenmesine yol açarak içinde bulunduğunuz çıkmazın daha da büyümesine sebep oluyorsa ne yaparsınız? Elbette ki önce tanıdıklarınıza borçlanmayı, kartınızın ait olduğu bankayla yeni bir anlaşma yapmaya çalışmayı veya borcunuzu tüketici kredisi alarak kapatmayı denemelisiniz. Bir sebeple bütün bu yollar kapalıysa size önerebileceğimiz bir çözüm var: Kredi kartı borcu taksitlendirme.* ***Yasal bir hizmet olan bu çözüm yolu kart borcunuzda daha az zorlanarak ödeyebileceğiniz bir şekilde yeniden yapılandırma yapılmasına dayanır****. Evrak ve formalite namına yapmanız gereken tek şeyin üzerinde işlem yapılacak kredi kartınızı getirmek olduğu bu sistem kullanıma kapalı, icralık durumdaki ve avukat takibindeki kredi kartları için yapılamamaktadır. Kredi kartı taksitlendirme hizmeti sayesinde kredi kartı borcu sorunundan düşük bir maliyetle kurtulmanız mümkün olabilmektedir. Sistem borcunuzun 12 eşit takside bölünmesini sağlayarak sizi katlanarak artan faizlerin verdiği sıkıntıdan kurtarır ve sürekli asgari ödeme yaptığınız için bir türlü azalmaya başlamayan borcunuzun ödenmesi mümkün hale gelir.* *Sürekli olarak güncellenen erteleme kampanyaları ve diğer avantajlar sayesinde borcunuzu uzun bir vadeye yayarak ve eşit taksitler halinde ödeme imkanına kavuşacağınız gibi, ödemeye kredi kartı borcu taksitlendirme anlaşmasını yaptıktan 2, 3 veya 4 ay sonra başlayabilirsiniz. Borcunuzu düzenli olarak ve vadesi dolduğunda tamamını kapatarak ödemeniz durumunda gerçekten avantajlı bir ürün olan kredi kartı, bilinçsiz olarak veya zorunluluktan ötürü yanlış kullanmanız durumunda hayatınızı altüst de edebilir. Devamlı olarak asgari ödeme yaparsanız faiz yükünüz giderek ağırlaşıp durum daha da umutsuz bir hal alabilir. Bu durumda kredi kartı borç taksitlendirme yaparak borcunuzu katlanarak artma eğilimindeki faiz yükünden, kendinizi bankaların nezdinde itibarsız ve bir daha kredi verilmemesi gereken bir müşteri olmaktan kurtarabilirsiniz.* ***Kredi kartı borcunuzun çok kısa sürede ve kartınız dışında hiçbir evrak getirmeniz, kefil göstermeniz gerekmeden taksitlendirilmesini sağlayan bu sistem kartınızı tamamen yasal yollarla taksitlendirir.******Şöyle ki; önce borcunuzun tamamı belirlenir ve bu borcun üzerine kredi kartı borcu taksitlendirme yapacak kurumun komisyonu olan % 12’lik tutar eklenir. Ortaya çıkan tutar kurum tarafından ödenir ve kredi kartınız borçsuz duruma getirilir. Akabinde kartınızla borcunuz tutarında bir taksitli alışveriş işlemi yapılır ve borcunuz 12 eşit taksit halinde yeniden yapılandırılır.*** *Erteleme kampanyası avantajından yararlanarak ilk ödemenizi 3 ay kadar sonra yapmaya başlayabilirsiniz. Bu süre kendinizi toparlamanızı ve yeni bir ödeme planı yapmanızı sağlayacak, önünüzde belli bir zaman olduğu için sizi kendinizi çıkmazda hissetmekten kurtaracaktır. Bundan sonra yapmanız gereken şey bankanıza düzenli olarak her ay için aynı miktarda olan ödemenizi yapmaktır.* [*Kredi Kartı Taksitlendirme*](http://kartborctaksitlendir.com/sayfa.asp?id=361) *Sistem Nasıl İşliyor Yaptığımız Kredi Kartı Taksitlendirme İşlemi, Alışverişe Dayalı* ***Bütün İşlemler Yasal Ve Faturalı Olarak Yapılmaktadır****. KREDİ KARTI TAKSİTLENDİRMESİNİ ÖZETLEYELİM;* ***Sitemizde bulunan Bize Ulaşın Formunu Tıklayarak iletişim Bilgilerinizi ve Borç Tutarını Yazıp Gönder Tuşuna basıyorsunuz, göndermiş olduğunuz form müşteri temsilcimize ulaşıyor ve size Bilgi vermek için Ulaşıyor, Ödeme Hesaplama ya da girerek Borç tutarınızı Yazıp Aylık ödeyeceğiniz Miktarı görerek******Sizde sitemizde ki Bulunan Numaralardan Müşteri Temsilcisine Ulaşabilirsiniz.*** *KREDİ KARTI BORCU TAKSİTLENDİRMESİ TAMAMEN TİCARİ ALIŞVERİŞE DAYALIDIR. Kredi Kartınıza ait Bütün Borçlar Bizim Tarafımızdan Bankaya ödeniyor, Kredi Kartınıza Hiç Borcunuz Kalmıyor, Aynı kredi Kartından veya sizin Belirleyeceğiniz Bir Karttan Firmamız Pos Cihazından Yatırılan tutar ve hesaplanan vade farklı 12 TAKSİTLİ Alışveriş Olarak Çekiliyor, Bu işlemler, Herhangi bir mağazadan Taksitle bir ürün almak gibi. ÖRNEK VERECEK OLURSAK; Kredi Kartı borcunuzu Kendiniz Ödediniz Ve  gidip 12 Taksitle Bilgisayar aldınız, extrenize alışverişiniz taksitli olarak geldi ve 12 taksitle ödediniz. BANKA SİSTEMİNDE ASGARİ ÖDEMEDEKİ ZARARINIZ; Bankaların kredi kartlarına uyguladığı faiz son zamanlarda % 4 e kadar çıkmıştır ve 4,5 aralığında uygulayan bankalarda vardır, Bu yüzde 3, 4 faiz oranını Yıllık olarak düşündüğünüzde % 40 faiz ödemiş oluyorsunuz, Her ay asgari tutarın % 20 sini talep etmekte Geriye Kalan %80 ine her ay faiz işleyerek Ana para borcunuz azalmamaktadır ve düzensiz ödemeler yüzünden kredibiliteniz (Bankalar arasındaki Puanınız ) zarar görmektedir. Sistemimiz Alışverişe Dayalıdır, İşlem Sonunda Müşterilere Yapılan İşlem Tutarı Kadar Fatura Kesilmektedir.* *Kredi kartları gülük hayatın vazgeçilmezi haline geldi. Pek çok kolaylık sağlayan kredi kartları ile neredeyse tüm ödemelerimizi yapıyoruz. Fatura ödemelerinden kira ödemelerine dek pek çok alanda kullanılabilen kredi kartlarının en büyük kolaylığı da alışverişlerde ya da seyahatlerde ortaya çıkıyor. Pek çok kurum ve kuruluş bankalarla anlaşmalı olduğundan alışverişlerinizi çok uygun taksitlere bölebiliyorlar. Bu durumda ödemelere daha küçük taksitler olarak yansıdığından pek çoğumuz için avantajlı görünüyor. Elbette iyi tarafından bakıldığından çok büyük kolaylıkları var. Ancak bu gibi alışveriş çılgınlığını destekleyen kredi kartları kontrolsüz insanlar için pekala bir kabusa da dönüşebiliyor. Zamanında ödenmeyen kredi kartları yüzünden biriken borç ve faiz tutarları nedeni ile pek çok kişi yasal takibe giriyor ve icralık oluyor. Bu durumun maddi sıkıntıları olduğu kadar manevi sıkıntıları da oldukça fazla. Psikolojik olarak uzun süre stres altında yaşayan kişilerde pek çok rahatsızlık belirtileri de görülüyor. O nedenle böyle durumların başlangıcında hemen önlem almak en doğrusu. Kredi kartlarının yasal takibe girmesini beklemeden, hala kullanıma hazır durumdayken kredi kartı borçlandırma sisteminin avantajlarından yararlanabilirsiniz. Peki kredi kartı borçlandırma sisteminin avantajları nelerdir? Öncelikle bir ya da birden fazla kredi kart borcumuz varsa tümünü tek bir hesaptan ve düzenli olarak yatırabilme seçeneği kredi kartı borçlandırma sisteminin avantajları arasındadır. Aracı kurumun tüm kart borçlarınızı yatırıyor olması da herhangi bir yasal takip işlemine takılmadan borçlarınızı yeniden yapılandırmaya müsaade ettiğinden kredi kartı borçlandırma sisteminin avantajlarından biridir. Bir başka avantajı ise belli vade sürelerinde borcunuzu taksitle ve düzenli ödeyecek duruma gelmeniz ve vade farkı dışında herhangi bir başka ücret ödemeyecek olmanızdır…* *Asgari tutarı yaklaşık olarak 3 ay ödeyemediğiniz durumda banka tarafından yasal işlemler başlatılmaktadır. Bankaların öncelikle yaptıkları işlem kullanıcı ile görüşmektir. Borcunun olduğunu ve vereceği süre içerisinde ödemesini gerçekleştirmesini istemektedir. Bu süre zarfında ödemelerinizi yapabilecek güçteyseniz veya istenilen miktarı bulabilirseniz sorun kısa süre içerisinde çözülecektir. Ödeme yapamayacak durumda iseniz banka icra işlemleri için avukat devreye girmektedir. Avukat icra işlemlerini başlattıktan sonra elinizde bulunan malınızı almak isteyecektir. Bu durumda yapabileceğiniz bir şey olmayacaktır. Ödeyemediğiniz kredi kartı borcunuzdan ötürü malınızdan olabilirsiniz. Kredi kartı borcunuzu ödeyemediğiniz durumlarda yasal işlemler başlamadan müdahale etmelisiniz…* ***Ödeyemediğiniz kredi kartı borçlarınız artık sizin için de büyük bir sorun teşkil etmeyecek****! Çünkü gayet doğru bir seçenekten faydalanacak ve ekstre tutarı hangi rakama tekabül ederse etsin, borcunuzdan kısa sürede kurtulacaksınız. Bunun için yüz binlerce kişi gibi* ***siz de kredi kartı borcu taksitlendir alternatifinden faydalanacaksınız****.* ***Borcunuzun toplam tutarı 36 ay vadeye kadar uzayabilen taksit seçenekleri eşliğinde sizin tercih ettiğiniz vadeye bölünecek ve bütçenizi sarsmadan borcunuzu sıfırlayacaksınız.*** *Günümüzde bu seçenekten faydalanarak çok sayıda kişi, bütçesini alt üst etmiş olan toplam borçlarından kurtulmayı başardı.* ***Şimdi sıra sizde! Yapmanız gereken yalnızca kredi kart borcu oranınızın bankalar tarafından faiz uygulamasına maruz bırakılmasını önlemek ve borcunuzun daha fazla zaman kaybetmeden taksitlendirilmesini sağlamak olacak. Size bu avantajlı ödeme seçeneğini sunan pek çok web adresi bulunuyor. Bu adresler arasından tercih yaparken yalnızca güvenilir olanları tercih etmeniz de son derece önem arz etmektedir****.*” şeklinde ifadelere yer verildiği yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu tanıtımlarda yer alan ifadeler ile POS cihazı veya sanal POS hizmeti kullanılarak, komisyon eklemek suretiyle taksitli ya da taksitsiz olarak, herhangi bir mal ya da hizmet karşılığında yapılmayan yani gerçek olmayan bir fiktif işlem ile kart sahibinin borcunun kapatılacağı izleniminin uyandırılarak tüketicilerin bilgi ve tecrübe eksikliklerinin istismar edildiği;

değerlendirilmiş olup, söz konusu hususların;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Süleyman TIRNAKÇI (Saydam Finans Danışmanlık)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**71)**

**Dosya No: 2016/197**

**Şikayet Edilen: Benim Evim Alışveriş Merkezleri Dayanıklı Tüketim Malları Mobilya Halı Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** “*KAPATIYORUZ…OLAY OLAY…YETİŞEN ALIYOR*” şeklinde ifadelerin yer aldığı el broşürleri.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** “*KAPATIYORUZ…OLAY OLAY…YETİŞEN ALIYOR*” şeklinde ifadelerin yer aldığı el broşürlerinin işyeri camlarına asıldığı, söz konusu broşürde fiyatlara, indirime ve süreye yer verilmesine rağmen söz konusu ürünlere ilişkin herhangi bir stok miktarına yer verilmediği, diğer taraftan; “İnegöl Ayaklarınıza Geliyor” başlıklı broşürde “Açılışa Özel Bedava Ürünler” şeklinde ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bahsi geçen firmanın Bozüyük/BİLECİK şubesine ait işyerinin faaliyetine devam ettiği halde, faaliyetine son vermiş izlenimi uyandırmak amacıyla camlarının gazete kağıtları ile kapatıldığı ve “*KAPATIYORUZ…OLAY OLAY…YETİŞEN ALIYOR*” şeklinde ifadelerin yer aldığı el broşürlerinin işyeri camlarına asıldığı ve bu sayede yaratılan algı ile tüketicilerin mağazanıza yönlendirilerek diğer benzer firmalar açısından haksız rekabet yaratıldığı,

Mart 2016 tarihli söz konusu broşürde; “*Herşey 3’te 1 fiyatına*” ifadesine yer verilmek suretiyle, “*Derya Yatak Odasının 2847 TL yerine 940 TL ye, Ferrari genç odasının 2670 TL yerine 90 TL ye* ….” satıldığı bilgisinin verildiği, ancak söz konusu ürünlerin anılan indirimlerle satıldığının iddia edilebilmesi için bahsi geçen ilk fiyatlardan satışının yapılmış olması gerektiğinin (Örneğin Derya Yatak Odasının 2847 TL’ye satıldığının) bahsi geçen firma tarafından ispatlanamadığı,

Yine anılan broşürde fiyatlara, indirime ve süreye yer verilmesine rağmen söz konusu ürünlere ilişkin herhangi bir stok miktarına yer verilmediği,

Diğer taraftan; “İnegöl Ayaklarınıza Geliyor” başlıklı broşürde “Açılışa Özel Bedava Ürünler” ifadelerine yer verilmek suretiyle “*Reklamlarda bir mal veya hizmetin, belirli yükümlülükleri yerine getirmek koşuluyla tüketicilere bedelsiz verileceği taahhüt ediliyor ise, buna ilişkin olarak tüketicilerin yerine getirmek zorunda olduğu yükümlülükler reklamın ana mesajında açıkça belirtilir*.” hükmü gereği tüketicilerin bu hediyeleri kazanmak için yerine getirmek zorunda oldukları koşullara ilişkin bir bilginin yer almadığı değerlendirilmiştir.

Bu nedenle söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7; 9; 13; 14; 15; 28; 29 ve 32 nci maddeleri,

- Fiyat Etiketi Yönetmeliği’nin 11 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Benim Evim Alışveriş Merkezleri Dayanıklı Tüketim Malları Mobilya Halı Pazarlama Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** unvanlı firma hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca, **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**72)**

**Dosya No: 2016/1550**

**Şikayet Edilen:** **Vipindirim Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.markafoni.com.tr](http://www.markafoni.com.tr) adresli internet sitesinde **“FANTEZİ” temalı kadın iç giyim** bölümünde yer alan görseller.

**Reklam Yayın Tarihi:** 29.07.2016, 04.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.markafoni.com.tr](http://www.markafoni.com.tr) adresli internet sitesinin 29.07.2016 ve 04.10.2016 tarihli görünümleri ile hali hazırda **“FANTEZİ” temalı kadın iç giyim** bölümünde yer alan canlı kadın manken görsellerinin özel bölgelerinin görüldüğü tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.markafoni.com.tr](http://www.markafoni.com.tr) adresli internet sitesinin 29.07.2016 ve 04.10.2016 tarihli görünümleri ile hali hazırda **“FANTEZİ” temalı kadın iç giyim** bölümünde yer alan canlı kadın manken görsellerinin;

Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “Temel ilkeler”başlıklı 5 inci maddesinde düzenlenen; *“(1) Reklamlar; a)* ***Genel ahlak kurallarına aykırı*** *ifade ya da* ***görüntüler içeremez.*** *b) Kamu sağlığını bozucu nitelikte olamaz…d) Dil, ırk, renk,* ***cinsiyet****, siyasî düşünce, felsefî inanç, din, mezhep ve benzeri özelliklere yönelik kötüleme,* ***istismar,*** *önyargı veya ayrımcılık* ***içeremez.*** *e)* ***İnsan onuru ve******kişilik haklarını zedeleyici*** *biçimde yapılamaz…”* hükmüne açık aykırılık teşkil ettiği,

Canlı kadın bedenlerinin özel bölgelerinin sanal ortamda, hiçbir koruma filtresi içermeden, çocuklar dahil her kesimin ulaşabileceği bir ortamda reklam aracı olarak fantezi ürünlerinin satışı amacıyla kullanılması hususunun en temel kişilik haklarına dahi aykırı olduğu, hiçbir hukukun bu ağır fiili korumaya yönelik cevaz verici tutum sergilemeyeceği,

Anılan fantezi iç çamaşırlarının “cansız” manken üzerinde de sergilenmesinin ürünün tanıtımını engellemeyeceği, kaldı ki ürünün satış ve tanıtım serbestisinin kadın bedeninin istismarından önceki bir hukuki hak olarak kabul edilemeyeceği,

Hukuken 18 yaşını doldurmayan bireylerin “çocuk” statüsünde olduğu ve internet kullanma yaşı sınırının günümüzde ilkokul çağına düştüğü göz önüne alındığında; anılan internet sitesinin herkes tarafından rahatlıkla ziyaret edilebileceği hususu göz önüne alınmış olup; ilgili mevzuat gereği çocukları etkileme olasılığı bulunan reklamların “çocukların; fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek hiçbir ifade ya da görüntü içeremeyeceği”,

Diğer taraftan yine ilgili mevzuatta düzenlenen; *“Önlem alınmadığı takdirde çocukların veya çevresindekilerin sağlığına zarar verebilecek mal veya hizmetler için gerekli önlemlerin alınmasını sağlayan hatırlatıcı simge veya uyarıları içermek zorundadır.”* hükmüne rağmen anılan firma tarafından mevcut görsellerin çocuklara ulaşmamasına yönelik herhangi bir önlem alınmadığı,

değerlendirilmiş olup; tüm bu durumların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna**,**

Buna göre, reklam veren **Vipindirim Elektronik Hizmetler ve Ticaret A.Ş.** unvanlı firmahakkında, 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** verilmesinekarar verilmiştir.