**T.C.**

**GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI**

**Reklam Kurulu Başkanlığı**

**BASIN BÜLTENİ**

**Toplantı Tarihi :** 14 Şubat 2017

**Toplantı Sayısı :** 257

**İLETİŞİM HİZMETLERİ**

**1)**

**Dosya No: 2016/265**

**Şikayet Edilen:** **TTNET A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Yeni Yıl Kampanyası 2016”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 07.01.2016 - 22.01.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava ilanları, televizyon

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında; ana vaat olarak *"Şimdi bu hızı GİGA 4.5G uyumlu Samsung Galaxy S7 ve S7 Edge ile sadece Türk Telekom'da yaşayın. Karanlıkta bile parlak fotoğraf çekebilen Samsung Galaxy S7 ve S7 Edge'i Türk Telekom'dan alın ve tarifelerinizin gigabytelarını ikiye katlayın. Herkes için fiber gücü. Akıllı telefon için Türk Telekom"* ifadelerine yer verildiği, sabit yazıda *"Bol ve hızlı 5GB ve 7GB tarifelerinde"* ayrıca altyazıda *" F1 7 diyagram değeri karanlıkta daha aydınlık fotoğraf çekebilir. 24 veya 36 ay taahhütle geçerlidir. GİGA 4.5G hizmetinin sunulduğu yerlerde yararlanılabilir. Detaylar www.turktelekom.com.tr'de”* ifadelerine yer verildiği, [www.turktelekom.com.tr](http://www.turktelekom.com.tr) adresli internet sitesinde ise; *“Modem tericihinde taksitli modem kampanyasından 12 ay veya 24 ay taksit seçenekleri ile yüksek hızlı VDSL modem alınabilir. FİBERNET paketlerinden FTTH altyapısından hizmet alan müşterilerimiz için modem ücretsiz sunulmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda sunulan *"herşey dahil fiyat*"ın tarife fiyatı olup bu fiyata modemin dahil olmadığı, reklamda ücretsiz modem verileceği yönünde de bir ifadeye yer verilmediği, ayrıca *"50 GB limitsiz"* ifadesinin, limitsiz internetin 50GB'dan sonra hızının düşeceği anlamına geldiği ancak AKN sonrası uygulanacak hıza ilişkin bilgilendirme yapılma yükümlülüğünün henüz yürürlüğe girmediği tespit edilmiş olup, şikâyete konu iddiaların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**2)**

**Dosya No: 2016/3648**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.digiturk.com.tr](http://www.digiturk.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Dünyanın en iyileri Digitürk’te”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu internet sitesinde; *“Dünyanın en iyileri Digitürk’te! Futboldan tenise, basketboldan motor sporlarına Türkiye ve dünyadaki spor karşılaşmaları, gişe rekoru kıran filmler, en popüler yabancı diziler ve en sevdiğiniz ulusal kanallar sadece Digitürk’te”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.digiturk.com.tr](http://www.digiturk.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Dünyanın en iyileri Digitürk’te! Futboldan tenise, basketboldan motor sporlarına Türkiye ve dünyadaki spor karşılaşmaları, gişe rekoru kıran filmler, en popüler yabancı diziler ve en sevdiğiniz ulusal kanallar sadece Digitürk’te”* ifadeleri ile“futboldan tenise, basketboldan motor sporlarına Türkiye ve dünyadaki spor karşılaşmaları, gişe rekoru kıran filmler, en popüler yabancı diziler ve en sevilen ulusal kanallar”ın tüketicilere sadece Digitürk’te sunulduğu algısı yaratıldığı ancak diğer firmalar tarafından da spor karşılaşmalarının, gişe rekoru kıran filmlerin, popüler yabancı dizilerin ve ulusal kanalların sunulduğu göz önüne alındığında bu iddianın ispatlanamadığı ve mümkün olmadığı, dolayısıyla söz konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, haksız rekabete yol açtığı ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği, bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **Krea İçerik Hizmetleri ve Prodüksiyon A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**3)**

**Dosya No: 2016/4093**

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

**Şikayet Edilen Reklam: “*Turkcell 22. Yıl Kampanyası*”** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos-Kasım 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Açık Hava İlanı-Dergi-Gazete-Radyo-Sinema- Televizyon

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında dış ses olarak; *“22 yıldır Turkcell’i tercih eden Türkiye'ye teşekkürlerimizle. Turkcell sunar, senden başka. 22 yıldır sizden başkasını düşünmedik. Siz bizimle, biz sizinle hayata bağlandık. Tüm Türkiye'yi birbirine gönülden bağladığımız nice 22 yıllara”* ifadelerine, durağan yazıda*; “Kapsamada lider Turkcell, abone sayısında lider Turkcell, 4.5G'de lider Turkcell"*  altyazıda*,"Abone sayısı liderliği BTK Haziran 2016 Raporu'na, 4.5G liderliği İpsos Nisan-Haziran 2016 Türkiye Temsili Araştırmasına, kapsamda liderlik Bodrum-Güvercinlik ve Antalya-Kemer mavi tur güzergâhında alınan 4.5G rekabet testi sonuçlarına dayandırılarak verilmiştir. Detaylar: turkcell.com.tr”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 4.5G ile ilgili henüz BTK tarafından belirlenmiş bir model/sinyal seviyesi bulunmadığı, ayrıca Bodrum-Güvercinlik ve Antalya-Kemer mavi tur güzergâhında yapılan testin dar bir alanı kapsadığı, dolayısıyla *"kapsamada lider Turkcell"* ifadesinin kullanması için yeterli görülmediği, "lider"liği ispatlayacak Türkiye genelini kapsar nitelikte bir belgenin sunulamadığı, bununla birlikte, "*4.5G'de lider Turkcell*" ifadesinin de İpsos Nisan-Haziran 2016 Türkiye Temsili Araştırmasına dayandığı belirtilmesine rağmen ispat niteliğindeki bu belgenin sunulmadığı, reklamlarda hangi kriterlere göre (hız, abone sayısı, kapsama vs.) araştırmanın yapıldığının belirtilmediği, dolayısıyla reklamların tüketicileri eksik bilgilendirdiği ve yanıltıcı nitelikte olduğu ve dürüst rekabet ilkelerine aykırılık teşkil ettiği,bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9,18 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.** hakkında,6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **232.508-TL (İkiyüzotuzikibinbeşyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**4)**

**Dosya No: 2016/4101**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Akıllı Telefon için Türk Telekom - Samsung Galaxy S7”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.04.2016 - 03.05.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, açık hava ilanları, internet

**Tespitler:** Söz konusu televizyon reklamlarında; ana vaat olarak *“Şimdi bu hızı GİGA 4.5G uyumlu Samsung Galaxy S7 ve S7 Edge ile sadece Türk Telekom'da yaşayın. Karanlıkta bile parlak fotoğraf çekebilen Samsung Galaxy S7 ve S7 Edge'i Türk Telekom'dan alın ve tarifelerinizin gigabytelarını ikiye katlayın. Herkes için fiber gücü. Akıllı telefon için Türk Telekom"* ifadelerine yer verildiği, sabit yazıda *“Bol ve hızlı 5GB ve 7GB tarifelerinde”* ayrıca altyazıda *“F1 7 diyagram değeri karanlıkta daha aydınlık fotoğraf çekebilir. 24 veya 36 ay taahhütle geçerlidir. GİGA 4.5G hizmetinin sunulduğu yerlerde yararlanılabilir. Detaylar* [*www.turktelekom.com.tr*](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.turktelekom.com.tr%22)*’de”* ifadelerine yer verildiği,

[www.turktelekom.com.tr](http://www.turktelekom.com.tr) adresli internet sitesinde ise; *“Müşterilerimiz gerekli koşulları sağladıktan sonra “KATLA” yazıp 5555 numarasına kısa mesaj göndererek kampanyaya katılım sağlayacaklardır. SMS ile gerekli başvuruyu yapmayan müşteriler kampanya kapsamındaki faydalardan yararlanamazlar. Farklı bir tarifede olup Samsung Galaxy S7 Edge cihaz kampanyasından faydalananlar İnterneti Katlayan Kampanyasından faydalanamazlar*” ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlarda tanıtımı yapılan telefonlar için 24 veya 36 ay taahhüt verilmesi gerekirken bol ve hızlı 5GB ve 7GB tarifelerinin 12 fatura dönemi boyunca geçerli olduğu, böylece kampanya taahhüt süreleri ile tarife süreleri arasında ortalama tüketici nezdinde bir anlam karışıklığına yol açıldığı, ayrıca *"gigabytelarınızı ikiye katlayın"* ana vaadi ile tüketicilerin söz konusu cihazları satın alması koşuluyla tarifelerinin gigabytelarının 2'ye katlanacağı algısı yaratılırken kampanyaya katılmak için "katla" yazıp 5555'e kısa mesaj gönderilmesi gerektiği bilgisine altyazıda dahi yer verilmediği, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**FİNANSAL HİZMETLER**

**5)**

**Dosya No: 2016/3647**

**Şikayet Edilen:** **ING Bank A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Para Mara”*** uygulamasına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, açık hava ilanları, televizyon, dergi, gazete

**Tespitler:** [www.ingbank.com.tr/tr/bilgi-destek/paramara-uygulaması #faq110871](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.ingbank.com.tr\tr\bilgi-destek\paramara-uygulaması#faq110871) adresli internet sitesinde *“ParaMara hesabınızı aktive edince tüm İNG kartlarını otomatik olarak uygulama içerisinde göreceksiniz.(...) ParaMara uygulamasını sadece akıllı mobil cihazlarda kullanabilirsiniz(...) ParaMara ile günlük 1.000TL, aylık 4.000TL'lik bir para gönderme limitiniz bulunmaktadır.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**6)**

**Dosya No: 2016/333**

**Şikayet Edilen: Sigortam.Net Sigorta ve Reasürans Brokerlik Hizmetleri A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Tamamlayıcı Sağlık Sigortası ile Günde 1 TL’ye Sağlığınız Güvende”*** ibareli tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler: “Tamamlayıcı Sağlık Sigortası”** isimli sigortacılık ürününe ilişkin tanıtımlarda ***“Günde 1 TL’ye Sağlığınız Güvende”*** ibarelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Tamamlayıcı Sağlık Sigortası” isimli sigortacılık ürününe ilişkin tanıtımlarda “Günde 1 TL’ye Sağlığınız Güvende” ibaresi yer almasına rağmen, başvuru sahibi tüketiciye yıllık 785 TL fiyat verildiği, nitekim firma tarafından yapılan açıklamada söz konusu ürünün fiyatının sigorta yaptıracak tüketicinin yaşı, cinsiyeti, yaşadığı il gibi koşullara bağlı olarak değişeceği ve reklamda belirtilen fiyattan daha düşük fiyatlar verilebileceği gibi bahsi geçen koşullara bağlı olarak daha yüksek fiyatlar da çıkabileceğinin anlaşıldığı, bu nedenle inceleme konusu tanıtımlarda aynı reklam kampanyası çerçevesinde tüketicilere gönderilen elektronik postada yer alan “1 TL’den başlayan fiyatlarla” şeklinde bir ibareye yer verilmeyerek “Günde 1 TL’ye” ibaresinin kullanılmasının tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu, bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 inci ve 13 üncü maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sigortam.Net Sigorta ve Reasürans Brokerlik Hizmetleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**7)**

**Dosya No: 2016/1749**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.garanti.com.tr](http://www.garanti.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Booking.com otel harcamalarında %4 iade”*** ve ***“Garanti Link’liler Hepfly Uygulamasında Hizmet Bedeli Ödemiyor”*** başlıklı reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.06.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.garanti.com.tr](http://www.garanti.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Booking.com otel harcamalarında %4 iade”*** başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlarda; *“Garanti İnternet, Garanti Cep veya iGaranti kullanıcısıysanız, booking.com’dan Garanti Bankası kredi kartı ile yapacağınız rezervasyonlarda %4 iade fırsatından faydalanırsınız. İade süreci müşteri konaklamasını gerçekleştirdikten sonra başlayacaktır. Kampanyadan yararlanmak için, rezervasyonunuzu link üzerinden tamamlamalısınız. Kampanyadan, Garanti Bankası kredi kartı sahibi, son 6 ayda en az 1 kez Garanti İnternet, Garanti Cep veya iGaranti kanallarına giriş yapmış kullanıcılar faydalanabilir. Son 6 ay içerisinde hiç giriş yapmadıysanız, hemen Garanti İnternet, Garanti Cep veya iGaranti’ye giriş yapabilirsiniz.”* ifadelerine,

***“Garanti Link’liler Hepfly Uygulamasında Hizmet Bedeli Ödemiyor”*** başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlarda; *“Garanti Link, sosyal medya hesaplarını Link’leyenlere kazandırmaya devam ediyor! 3 Hazian - 4 Temmuz 2016 tarihleri arasında sosyal medya hesaplarını Link’leyenler Hepfly mobil uygulamasında gerçekleştirecekleri tek seferlik harcamalarında hizmet bedeli ödemiyor.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu kampanyalardan *“Booking.com otel harcamalarında %4 iade”* başlıklı kampanyada, Booking.com isimli firmanın otellerden alınan komisyon bedelinin bir kısmından, Hepfly kampanyasında ise PE-Tur Seyahat Acentasının normal şartlarda almış olduğu hizmet bedelinden feragat etmesi sonucunda, Garanti Bankası müşterileri tarafından yapılan rezervasyonlar için normal şartlarda ödenecek bedellerden daha ucuza faydalanabilme imkanının doğduğu, her iki kampanya kapsamında yapılan tanıtımlarda reklam veren firmaya ait bankacılık ürünlerinin tanıtımına yönelik olarak kampanyada işbirliği yapılan firmalara ait internet sitelerine yönlendirme yapıldığı ve firmanın 1618 sayılı Seyahat Acentaları Birliği Kanunu kapsamında yer alan bir faaliyette bulunduğuna dair herhangi bir ibareye yer verilmediği, diğer taraftan söz konusu kampanyalara ilişkin tanıtımlarda tüketicileri aldatıcı veya yanıltıcı herhangi bir unsurun bulunmadığı, bu nedenle söz konusu tanıtımların, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**8)**

**Dosya No: 2016/3685**

**Şikayet Edilen:** **ING Bank A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Bir yıl boyunca %12 hoş geldin faizi”***başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, açık hava

**Tespitler:** Muhtelif televizyon kanallarında; *“Demek bankaya gitmiyoruz… O zaman bunu kutluyoruz Keremcim, harika bir fikir! E-turuncu hesap değil mi? Ne turuncu? Bak! Vay, vay, vay yüksek çözünürlüklü mü? Yoo… Yüksek faizli. Üstelik bir yıl boyunca… (Dış ses: sen de e-turuncu hesaplı ol bir yıl boyunca avantajlı hoş geldin faiziyle kazan, e-turuncu da vade derdi yok şube derdi hiç yok!) (Ekran görüntüsü; 1 yıl hoş geldin faizi… %12 hoş geldin faizi, ister 1 TL ister 500.000 TL, vade derdi yok şube derdi hiç yok!)…”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

Anılan reklamın alt yazı metninde ;*“E-turuncu hesap açılışından itibaren 365 gün boyunca güncel (halen %12) hoş geldin faizi ile kazandırır. Bu faizden bir kez yararlanılır. 500.000 TL’ye kadar uygulanan yıllık, basit ve brüt oranı ifade eder.* ***Banka, hoş geldin faiz oranında değişiklik yapabilir.*** *Daha önce turuncu hesap açan müşteriler e-turuncu hesap açtıklarında tekrar hoş geldin faizinden faydalanamaz. Mevduat faiz geliri %15 vergiye tabidir.”* şeklinde ifadelere yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Bahsi geçen reklamda “*1 yıl hoş geldin faizi… %12 hoş geldin faizi… Üstelik bir yıl boyunca”* gibi ifadelere yer verilerek %12 faizin bir yıl boyunca uygulanacağı izlenimi yaratıldığı, alt yazı metninde ise “*banka, hoş geldin faiz oranında değişiklik yapabilir”* şeklinde açıklamaya yer verilmek suretiyle ana vaat-istisna uyumsuzluğuna yol açılarak tüketicilerin yanıltıldığı değerlendirilmiş olup; tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 15, 18, 25, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklâm veren **ING Bank A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca, **232.508-TL (İkiyüzotuzikibinbeşyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**KOZMETİK VE TEMİZLİK ÜRÜNLERİ**

**9)**

**Dosya No: 2016/665**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***"Ariel tek yıkamayla leke çıkarmada en iyisi"*** başlıklı tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 19.04.2016, 17.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr) adresli internet sitesinde **“Ariel Dağ Esintisi Toz Deterjan”** isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; *“Ariel’in yıllardır en çok tercih edilen kokusu Dağ Esintisi, yepyeni kokusu, parlak beyazlığı ve leke çıkarmadaki etkisiyle şimdi eskisinden de güzel! Yeni geliştirilmiş Ariel Leke Çıkarıcı Ariel Dağ Esintisi, diğer deterjanlarla karşılaştırıldığında İLK yıkamada en iyi leke çıkarma etkisine sahip. Ariel’in yeni leke çıkarma sistemi, lekelere derinlemesine işleyerek hepsini yok eder ve çamaşırlarınızın yeni gibi tertemiz kalmasını sağlar.* *Ariel tek yıkamayla leke çıkarmada en iyisi\* \* Leke illütrasyonu meyve ve 40C de koton kumaş üzerindedir. Önerilen doz orta sertlikte su ve normal seviyede lekelenmiş çamaşır içindir*.*”* ifadelerine, **“Ariel Parlak Renkler”** ve **“Ariel Ekstra Ferah Bahar Toz Deterjan”** isimli ürünlere ilişkin tanıtımlarda; *“Diğer deterjanlarla karşılaştırıldığında İLK yıkamada en iyi leke çıkarma etkisine sahip. Ariel’in yeni leke çıkarma sistemi, lekelere derinlemesine işleyerek hepsini yok eder ve çamaşırlarınızın yeni gibi tertemiz kalmasını sağlar.”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr) adresli internet sitesinin 19.04.2016 tarihli ana sayfa görüntüsünde ana vaat olarak ***“Ariel tek yıkamayla leke çıkarmada en iyisi\*”***ve üzerinde “diğer kaliteli deterjan” yazan toz çamaşır deterjanı görseline yer verilerek, rakip tüm toz deterjanlardan daha iyi leke çıkarma performansına sahip olunduğu iddiasında bulunulmasına karşın, dipnotta “*\* Leke illütrasyonu meyve suyu ve 40C de koton kumaş üzerindedir. Önerilen doz orta sertlikte su ve normal seviyede lekelenmiş çamaşır içindir”* ifadesine yer verilerek yapılan testlerde sadece meyve suyu lekesinin baz alındığının belirtildiği, bu durumun ana vaat ile istisnası arasında uyumsuzluğa neden olduğu, diğer bir ifade ile sadece tek leke türünde yapılan bir testin sonucuna dayanarak “*Ariel tek yıkamayla leke çıkarmada en iyisi”* şeklinde bir iddianın ana vaatte kullanılmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve testin yapıldığı leke türünün ana vaatte açıkça belirtilmesi gerektiği, diğer taraftan her ne kadar görselde tek toz deterjan paketine ve bu paketin üzerinde “diğer kaliteli deterjan” ifadesine yer verilmiş olsa da ana vaatte yer verilen **“en iyisi”** ifadesi ile tüm rakiplerle karşılaştırma yapıldığı algısı oluşturulduğu ve bu durumun bilimsel geçerliliği olan test raporları ile ispatlanamadığı, ayrıca reklamda yer alan ana vaat, dipnot ve görsellerin birbiri ile çeliştiği ve anlam karışıklığına yol açtığı,

Diğer taraftan, [www.ariel.com.tr](http://www.ariel.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“Ariel Dağ Esintisi Toz Deterjan”**, **“Ariel Parlak Renkler”** ve **“Ariel Ekstra Ferah Bahar Toz Deterjan”** isimli ürünlere ilişkin 19.04.2016 ve 17.06.2016 tarihli tanıtımlarda; ***“…Diğer deterjanlarla karşılaştırıldığında İLK yıkamada en iyi leke çıkarma etkisine sahip. Ariel’in yeni leke çıkarma sistemi, lekelere derinlemesine işleyerek hepsini yok eder ve çamaşırlarınızın yeni gibi tertemiz kalmasını sağlar*”** ifadelerine yer verildiği ancak reklamlarda yer verilen ifadeler iletanıtımı yapılan deterjanların*,* deterjan piyasasındaki tüm kategorilerle (toz, sıvı, kapsül) karşılaştırıldığı ve bu deterjanlar karşısında ilk yıkamada üstünlük sağladığı izlenimi yaratıldığı ve söz konusu iddiaların ispatı niteliğinde sunulan karşılaştırmalı testin sadece 2 adet toz deterjanla yapıldığı, bu nedenle söz konusu iddiasının ispatlanamadığı, ayrıca reklamlarda yer verilen; ***“Ariel’in yeni leke çıkarma sistemi, lekelere derinlemesine işleyerek hepsini yok eder ve çamaşırlarınızın yeni gibi tertemiz kalmasını sağlar”*** ifadeleri ile tanıtımı yapılan deterjanların tüm leke türlerini tamamen yok edebildiği iddia edilmesine karşın, leke çıkarma performans testinin yalnızca dört leke üzerinde yapıldığı, bu nedenle testin anılan iddiaları ispatlayıcı nitelikte olmadığı,

Bunlara ek olarak, rakip ürünlerle karşılaştırma yapılan inceleme konusu reklamlarda yer verilen karşılaştırmalı ifadelerin ispatlanamaması nedeniyle rakiplerin kötülendiği, dolayısıyla, söz konusu reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve rakip firmalar arasında haksız rekabete yol açtığı;

Bu nedenle, inceleme konusu tanıtımların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 5/1-a, 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5-a, 7/8, 8/ 1-a, 8/1-b, 8/1-e, 9 uncu, 10 uncu, 18/7 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **P&G Tüketim Malları Sanayi A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL (EllisekizbinyüzyirmiyediTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**SAĞLIK**

**10)**

**Dosya No: 2016/1433**

**Şikayet Edilen: Style Me Güzellik Salonu**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.stylemeantalya.com](http://www.stylemeantalya.com) adresli internet sitesinin 30.11.2016 tarihli görünümünde; Kuruluşun isminin “Güzellik ve Lazer Epilasyon Merkezi” olarak belirtildiği, *“Hizmetlerimiz”* başlığı altında; *“Lazer epilasyon… Epilasyonda kullanılan lazer tipleri başında diod ve ipl gelmektedir. Biz salonumuzda her iki cihazı birlikte kullanarak en etkin sonucu elde etmeyi hedefliyoruz... Bu fırsat kaçmaz. 8 seans tüm vücut epilasyon sadece 1249TL 6 taksit.”, “Kampanyalar”* başlığı altında; *“Geçici çözümleri bir kenara bırakın, kalıcı çözümlerle tanışın. 4. Yılımıza özel epilasyon kampanya ve fiyatlarımız için bizi arayın… Ayın Fırsatı; komple vücut lazer epilasyon 1249TL…”,*

[www.facebook.com/stylemeantalya/](http://www.facebook.com/stylemeantalya/) adresli internet sitesinin 30.11.2016 tarihli görünümünde ise; *“…Devam eden kampanyalarımız tüm vücut Tüm kol+Tüm bacak+kolaltı+Özel bölge (Genital) 8 seans 1249 TL (Bıyık veya Çene hediye) ( Bonus özellikli kartlara 6 taksit) genital 5 Seans 249 TL (Bonus özellikli kartlara 2 taksit) Kolaltı: 5 Seans 149 TL ( Bonus özellikli kartlara 2 taksit) Yüz: 5 Seans 200 TL ( Bonus özellikli kartlara 2 taksit) Yarım Bacak: 5 Seans 299 TL ( Bonus özellikli kartlara 3 taksit) Yarım Kol: 5 Seans 249 TL (Bonus özellikli kartlara 3 taksit)… Bu fırsat kaçmaz 8 seans tüm vücut epilasyon sadece 1249TL… Geçici çözümleri bir kenara bırakın, kalıcı çözümlerle tanışın. 4. Yılımızda çok özel kampanyalar… Arayın fırsatı kaçırmayın…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde, doktorlar tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlem olan “Lazer epilasyon” işlemine ve bu işlemde kullanılan cihazlara yönelik ifadelere yer verildiği görülmektedir.

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

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; lazer epilasyon işleminin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta “lazer epilasyon merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, güzellik salonlarının isminin “güzellik salonu” şeklinde açıkça yazılması gerektiği, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılması, tıbbi işlemlere ilişkin fiyat bilgisi verilmesi ve kampanya düzenlenmesi hususlarının ilgili mevzuat gereği yasak olması sebebiyle söz konusu tanıtımların her halükarda mevzuata aykırı 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 J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**11)**

**Dosya No: 2016/1435**

**Şikayet Edilen: Stilist Tuna Antalya Lazer Epilasyon Merkezi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 12.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.stilisttuna.com](http://www.stilisttuna.com) adresli internet sitesinin 02.12.2016 tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyon, Uzman Personel ve Son Teknoloji Ekipman… Antalya Lazer Epilasyon, Antalya lazer epilasyon hizmetimiz ile masaj yaptırır gibi istenmeyen tüylerinizden acısız bir şekilde kurtulabilirsiniz…”,*

[www.facebook.com/StilistTunaKuafor](http://www.facebook.com/StilistTunaKuafor) adresli internet sitesinin 02.12.2016 tarihli görünümünde; *“Lazer Epilasyonda Bahar Fırsatı… 1900 yerine 1299 TL…”* ifadelerine yer verildiği,

Bununla birlikte kuruluşun isminin “Stilist Tuna Antalya Lazer Epilasyon Merkezi” olarak belirtildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde, doktorlar tarafından uygulanması gereken tıbbi bir işlem olan “lazer epilasyon” işlemine ve bu işlemde kullanılan cihazlara yönelik ifade ve görsellere yer verildiği, bir kuaför olarak faaliyet gösteren kuruluşun isminin “Stilist Tuna Antalya Lazer Epilasyon Merkezi” olarak belirtildiği görülmektedir.

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

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

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

Bu bağlamda; sağlık alanında faaliyeti olmayan kuruluşun inceleme konusu internet sitesinde yapılan tanıtımlar aracılığıyla sağlık alanında faaliyet gösterdiği ve tabip tarafından yapılması gereken ve güzellik salonlarında uygulanmasına izin verilmeyen tıbbi işlemleri uyguladığı yönünde bir algı oluşturduğu; lazer epilasyon işleminin doktor kontrolünde ve sağlık kuruluşları bünyesinde uygulanması gerektiği, ilgili mevzuatta ise “epilasyon merkezi” şekilde bir sağlık kuruluşu türünün tanımlı olmadığı, ayrıca kuruluşun bir sağlık kuruluşu olmaması dolayısıyla bu şekilde isimlendirilmesinin ve yetkisiz tıbbi işlemler uygulamasının ilgili mevzuata aykırılık teşkil ettiği, dolayısıyla, söz konusu tanıtımların ilgili mevzuata aykırı, tüketici yanıltıcı ve aldatıcı nitelikte olduğu,

Diğer taraftan, bahsi geçen tıbbi işlemleri uygulama yetkisine sahip olunsa bile anılan tıbbi işlemleri övücü ve talep yaratıcı nitelikteki reklamının yapılmasının, fiyat bilgisi verilmesinin ve kampanya düzenlenmesinin ilgili mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların her halükarda mevzuata aykırı 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 J-(Ek: 29/6/2010 – 2010/671 K.) 16 ncı maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**12)**

**Dosya No: 2016/1473**

**Şikayet Edilen: Dr. Selçuk İNANLI**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.selcukinanli.com](http://www.selcukinanli.com), [www.facebook.com/prof.dr.selcuk.inanli](http://www.facebook.com/prof.dr.selcuk.inanli) ve [www.instagram.com/rinoplasti](http://www.instagram.com/rinoplasti) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 02.12.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.selcukinanli.com](http://www.selcukinanli.com) adresli internet sitesinin 02.12.2016 tarihli görünümünde; “Selçuk İnanlı” başlığı altında; *“Burun estetiği, göz kapağı operasyonları… alın ve yüz germe ameliyatları, dolgu madde uygulamalarını başarılı bir şekilde gerçekleştirmektedir. Ameliyat ve diğer uygulamalarında normal anatomik, fizyolojik, fonksiyonel mekanizmaları koruyarak, estetik görünümler ile birleştirmeyi amaç edinmiştir.”* ifadelerine,

[www.facebook.com/prof.dr.selcuk.inanli](http://www.facebook.com/prof.dr.selcuk.inanli) adresli internet sitesinin 02.12.2016 tarihli görünümünde; *“…Kalın cilt cerrahilerinde, ameliyat planlamasını doğru yaparsanız, sonuç böyle yüz güldürücü olur Yani, Burun Estetiği Cerrahisi'nde kalın cilt korkulu rüyanız olmasın… Bugün de Mikrometrik Burun Estetiği cerrahisini yaptığımız çok sevgili Betül bizimle birlikte. Çok doğal ve bir o kadar da kibar, feminen hatlardaki yeni burnu ile çok ama çok mutluyuz… Biliyorsun ki hastalarım ve bu cerrahinin meraklıları için innovasyon odak noktamız. Hep daha iyisi ve hep daha yenisi için durmak yok, yola devam. Kontrolde görüşmek üzere. Sevgiler…”* gibi ifadelere ve hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere, diğer taraftan,*“Hocam ellerinize sağlık. Hanımefendinin gerçek güzelliği ortaya çıkmış… çok güzel olmuş gerçekten vede doğal olmuş helal… Harikasınız hocam. Teknolojiyi bu denli yakından takip edip, hastalarınıza karşı bu kadar şeffaf olduğunuz için sizi canı gönülden tebrik ediyorum. İyiki yollarımız kesişti. Yeni burnumla çok mutluyum. Size ne kadar teşekkür etsem az kalır. …evrim gecirdim ve yeni bir ben oldum kendime güvenim geldi... Selçuk beyin ellerine sağlik beni bastan yaratti ve en onemli olan yuzume bakildiginda burnumun dogal gözükmesi... bu isin en basarili isimlerinden biridir Selcuk Bey…”* gibi anılan şahsı ve tıbbi işlemleri övücü nitelikteki hasta yorumlarına yer verildiği,

[www.instagram.com/rinoplasti/](http://www.instagram.com/rinoplasti/) adresli internet sitesinin 02.12.2016 tarihli görünümünde; hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadeler ve görüntüler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan şahsa yönlendirme yapıldığı, şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, inceleme konusu tanıtımların ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aştığı,

Diğer taraftan; anılan internet sitelerinde “burun estetiği, göz kapağı estetiği, kepçe kulak estetiği, yüz germe ameliyatları, dolgu madde uygulamaları” gibi şahsın uzmanlık alanının dışında birtakım tıbbi işleme yönelik tanıtımlara yer verildiği, söz konusu tedavilerin, 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’da belirtilen tıpta uzmanlık ana dallarından olan, plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanlığı ve dermatoloji uzmanlığını gerektiren işlemler olduğu,

1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8. maddesinde, hekimlerin genel olarak hastalıkları tedavi yetkisi bulunduğu belirtildikten sonra herhangi bir tıp dalında uzman olmak ve bu unvanı kullanma hakkını elde etmek için uzmanlık belgesine sahip olmanın zorunlu olduğunun belirtildiği,

Aynı Kanun’un Ek-1 Tıpta Uzmanlık Ana Dalları ve Eğitim Sürelerine Dair Çizelgesi’nde, “*Kulak Burun Boğaz Hastalıkları*”, “*Deri ve Zührevi Hastalıklar*” ve “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlık dallarının farklı uzmanlık dalları olarak belirlendiği, “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlığına sahip olabilmek için 5 yıl, “*Dermatoloji*” uzmanlığına sahip olabilmek için ise 4 yıllık ayrı bir eğitim alınmasının yasal zorunluluk olduğu, tüm bu açıklamalar ışığında, inceleme konusu internet sitesinde şahsa ait plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi ve dermatoloji alanında yapılan ve yukarıda bahsi geçen tanıtımların tüketiciler açısından yanıltıcı ve ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşunuza ve hekimlik mesleğini uygulayan şahsınıza yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar ve hekimler açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların;

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

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

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Selçuk İNANLI** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**13)**

**Dosya No: 2016/3418**

**Şikayet Edilen: Ekol Özel Göz Tıp Merkezi Tic. Ltd. Şti. (Özel Ekol Göz Tıp Merkezi)**

**Şikayet Edilen Reklam: *"Gözde Ekol"*** başlıklı broşürler

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** İnceleme konusu broşürlerde *“3’ü Profesör, toplam 11 uzman hekim kadromuzla hizmetinizdeyiz…”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kuruluşa ait broşürlerde, “*3’ü Profesör, toplam 11 uzman hekim kadromuzla hizmetinizdeyiz…”* ifadesine yer verilerek sağlık kuruluşlarının mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamının aşıldığı ve reklam yapıldığı; bu tanıtımların kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm veren, talep yaratıcı ve diğer sağlık kuruluşları aleyhine haksız rekabete yol açıcı nitelikte olduğu, dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Ekol Özel Göz Tıp Merkezi Tic. Ltd. Şti. (Özel Ekol Göz Tıp Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.812-TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**14)**

**Dosya No: 2016/3487**

**Şikayet Edilen: Dr. Ali DULUM**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.alidulum.com](http://www.alidulum.com), [www.alanyakbb.com](http://www.alanyakbb.com) ve [www.facebook.com/Op.Dr.Ali.Dulum/](http://www.facebook.com/Op.Dr.Ali.Dulum/) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 15.11.2016, 28.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.alidulum.com](http://www.alidulum.com) adresli internet sitesinin 15.11.2016 tarihli görünümünde; “Burun Estetiği” başlığı altında; *“Alanya Burun Estetiği merkezi olarak burun ameliyatı yaptırmakta asıl amacımız çok iyi nefes alan ve yüze uyum sağlayan bir burun yapmaktır. Yüzün genel yapısını göz önüne almadan sadece burun yaptırmak tamamen yanlıştır. Burun ameliyatlarından önce iyi bir burun içi ve burun dışı muayenesi yaptıktan sonra değişik pozisyonlarda fotoğraflar çekmekteyiz. Fotoğraflar üzerinde değişik burun şekillerini yaparak olası burun üzerinde tartışmaktayız. Bu fotoğraflar yapılacak burun hakkında bize bilgi vermektedir. Bizim istediğimiz değil hastanın istekleri doğrultusunda bizimde tavsiyelerimizi söyleyerek yeni bir şekil oluşturuyoruz…”*,

[www.alanyakbb.com](http://www.alanyakbb.com) adresli internet sitesinin 28.11.2016 tarihli görünümünde; “Yüz dolgusu” başlığı altında; *“Yüz dolgu işleminin uygulanması da oldukça basit ve zahmetsiz. Öncelikle yüzünüzü inceleyerek, doldurulması gereken alanları belirliyoruz. Ondan sonra bu bölgelere lokal anestezik etkili krem uyguluyoruz. Ardından çok ince iğnelerle, dolgu maddesi gerektiği miktarda doku altına aktarılıyor ve dolgunluk sağlanıyor. İşlemin ardından birkaç gün hafif bir şişlik olsa da, bu çok kısa sürede geçiyor. İşlem tekrarlandıkça, kalıcılığı da artıyor ve böylece seans aralan daha da uzayabiliyor.”* gibi ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifadeler vasıtasıyla sağlık alanında çalışan söz konusu şahsa ve kuruluşa yönlendirme yapıldığı, inceleme konusu tanıtımların ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aştığı,

Diğer taraftan yine, [www.alidulum.com](http://www.alidulum.com), [www.alanyakbb.com](http://www.alanyakbb.com) ve [www.facebook.com/Op.Dr.Ali.Dulum/](http://www.facebook.com/Op.Dr.Ali.Dulum/) adresli internet sitelerinde; “*Burun estetiği, yüz germe, göz kapağı estetiği…”* gibi anılan şahsın uzmanlık alanının dışında birtakım tıbbi işleme yönelik tanıtımlara yer verildiği, söz konusu tedavilerin, 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’da belirtilen tıpta uzmanlık ana dallarından olan, plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanlığını gerektiren işlemler olduğu,

1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8. maddesinde, hekimlerin genel olarak hastalıkları tedavi yetkisi bulunduğu belirtildikten sonra herhangi bir tıp dalında uzman olmak ve bu unvanı kullanma hakkını elde etmek için uzmanlık belgesine sahip olmanın zorunlu olduğunun belirtildiği,

Aynı Kanun’un Ek-1 Tıpta Uzmanlık Ana Dalları ve Eğitim Sürelerine Dair Çizelgesi’nde, “*Kulak Burun Boğaz Hastalıkları*” ve “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlık dallarının farklı uzmanlık dalları olarak belirlendiği, “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlığına sahip olabilmek için 5 yıllık ayrı bir eğitim alınmasının yasal zorunluluk olduğu, tüm bu açıklamalar ışığında, inceleme konusu internet sitesinde söz konusu şahsa ait plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi alanında yapılan ve yukarıda bahsi geçen tanıtımların tüketiciler açısından yanıltıcı ve ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşunuza ve hekimlik mesleğini uygulayan şahsınıza yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşunuzun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar ve hekimler açısından haksız rekabete yol açtığı, tüm bu durumların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Ali DULUM** hakkında 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127 TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**15)**

**Dosya No: 2016/3489**

**Şikayet Edilen: Dr. Çağhan BAYTEKİN**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** <http://clinicbaytekin.com/> adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde; “Uygulamalar” sekmesinde çeşitli başlıklar altında yer alan “Hastalarımızdan” bölümünde; *“Ameliyattan 2 gün önce doktor değiştirilir mi? Kendi başıma karar verdiğim, doktor seçtiğim göğüs toparlama ameliyatıma 2 gün kala sevgili teyzem N. U. seçtiğim doktoru ameliyat için uygun bulmayıp, Çağhan’la görüşeceksin diye tutturunca başladı maceramız… 10 Ekim tarihinde sevgili doktorum Çağhan Baytekin’le tanıştım ve o gün bu ameliyatı Çağhan Bey yapmalı dedim. 13 Ekim de saat 19.30’da ameliyata aldı ve 14 Ekimde ayaktaydım. Sonuç beklentimin tamamen üzerinde… Ben sonucun güzel olmasını bekliyordum ama bu kadar güzel olmasına da gerek yoktu doğrusu… Ameliyat öncesi, ameliyat günü ve ameliyat sonrası süreçte kurduğum tek cümle var, iyi ki teyzem beni Çağhan Bey’le tanıştırdı. Her şey için teşekkürler… Canım doktorum Çağhan Bey, Öncelikle böyle güler yüzlü insanları aynı klinikte toplamayı başardığınız için size çok teşekkür ederim. Herkesin ilgisi, alakası muhteşem. Arkadaşım tavsiye ettiğinde iyi ki gelmişim :) Gelelim size :) Sizin kadar dünya tatlısı bir insan tanımak en başta harika bir şey. O gülen yüzünüz hiç solmasın. İyi ki sizin gibi bir doktor beni ameliyat etti. İşiniz de bu kadar iyi olmanız beklentilerimin üzerinde… Gerçekten ameliyat öncesi verdiğiniz enerjiyle gülerek ameliyata girmek ve tekrar gülerek gözlerimi açmak muhteşem. Ve sonuç gerçekten olağanüstü. Sizlere çok teşekkür ederim ve o gülen yüzünüz daim olsun… Sevgili doktorum Çağhan Bey, Ben buraya çok yakın arkadaşımın ameliyat olup gelmesiyle tavsiye üzerine geldim. Arkadaşımın burnunu çok beğendim ve çocukluktan beri takıntılı olduğum için hemen görüşmeye geldim. İlk defa doktora geldim ve iyi ki dedim bazen hayatta hep olumsuzluklar olur ama bu benim için en büyük şanstı. Herkese doktorumun ne kadar içten, candan, samimi olduğunu ve gerçekten güven verdiğini anlattım. Bizim ailede genetik olarak burun takıntılığı var. Yaklaşık 5 tane kuzenim beni gördükten sonra Çağhan Bey’e gelmeği düşünüyorlar ve hemen ameliyat olmak istiyorlar. Yani daha görmeden ona inandılar ve güvendiler. Ben şuan bantlarımdan kurtuldum ve çok memnunum. Buradaki herkes o kadar sıcak ve samimi ki çok uzun zamandır tanıyormuşum gibi herkesi çok sevdim. İyi ki sizi tanımışım…”* ifadelerine ve “Liposuction” başlığı altında hastalara ait tedavi öncesi ve sonrası görüntülere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntüler vasıtasıyla, sağlık alanında çalışan söz konusu şahsa yönlendirme yapıldığı, şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu tanıtımların ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aştığı dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Çağhan BAYTEKİN** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**16)**

**Dosya No: 2016/3490**

**Şikayet Edilen: Dr. Mehmet ÇELİK**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.alanyaestetik.com](http://www.alanyaestetik.com) adresli internet sitesinin 18.11.2016 tarihli görünümünde; Anasayfada; “*Ice Lazer Patentli soğutma sistemi ve ağrısız teknolojisi ile… Burun estetiği, ideal burun tasarımı… Öne çıkan tedavilerimiz… Rakamlarla Alanya Estetik & Plastik Cerrahi 2583 Mutlu Müşteri… 16 yılı aşkın tecrübe…”*, “Dudak Dolgusu” başlığı altında; *“Enjeksiyon yöntemi ile dudak estetiği (dudak dolgusu) en çabuk uygulanan, en az yan etki riski ile, doktorunuzun sanatına bağlı olarak en tatmin edici sonuçların alındığı yöntemdir”* ifadelerine yer verildiği,

[www.facebook.com/alanyaestetik](http://www.facebook.com/alanyaestetik) adresli internet sitesinin 29.11.2016 tarihli görünümünde; *“Önceden başka bir merkezde opere olan hastamıza revizyon rinoplasti yaptık. Geçmiş olsun... Estetik burun sanatı…”* gibi ifadelere ve hastaların tedavi sonrası görüntülerine yer verildiği, tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntüler vasıtasıyla, sağlık alanında çalışan söz konusu şahsa ve kuruluşa yönlendirme yapıldığı, şahsın faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırıldığı, bu tanıtımların ilgili mevzuatta izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aştığı dolayısıyla söz konusu tanıtımların;

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

- Tıbbi Deontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri

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

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

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Mehmet ÇELİK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi TürkLirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**17)**

**Dosya No: 2016/3217**

**Şikayet Edilen:** **Serkan AYDIN (Arena Med Hair Transplant)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.arenamedhairtrans.com](http://www.arenamedhairtrans.com), [www.arenamedhair.com](http://www.arenamedhair.com), <https://twitter.com/Arenamedd> ve [www.facebook.com/Serkan-Ayd%C4%B1n-Sa%C3%A7-Ekimi969172853115354/?ref=page\_internal](http://www.facebook.com/Serkan-Ayd%C4%B1n-Sa%C3%A7-Ekimi969172853115354/?ref=page_internal) adresli internet sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 27.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.arenamedhair.com](http://www.arenamedhair.com) adresinden yönlendirilen [www.arenamedhairtrans.com](http://www.arenamedhairtrans.com) adresli internet sitesinin 27.10.2016 tarihli görünümünde; Kuruluşun *“Arenamed Hair Transplant”*olarak isimlendirildiği, Anasayfada; *“Arenamed deneyimli ve güler yüzlü… Arenamed herşey burada… Arenamed sizin için herşeyi düşündük… Dünyaya saç ekiyoruz…* *Saç ekimi, erkek tipi dökülme sonucu oluşan saçsız alanda, saç çıkarabilecek etkili bir tedavi yöntemidir. Kellikle sonuçlanan saç dökülmelerinin yaklaşık %95'i genetik olduğundan, eski saçlara kavuşmak için kullanılan ilaç, krem veya kozmetik ürünler yeterli sonuç vermemektedir. Saç dökülmesi fiziksel bir rahatsızlık olmasının yanı sıra, estetik kaygılardan dolayı olumsuz psikolojik etki de yaratmaktadır. Şu kesindir ki saç dökülmesi ciddi bir rahatsızlık olmaktan öte estetik bir kaygıdır. Eğer siz de saç ekimiyle kendinizi daha genç hissedecekseniz, aynaya baktığınızda mutlu bir ifade görecekseniz, özgüveniniz artacaksa saç ekimi yaptırabilirsiniz. Bu soruların cevabı, vereceğiniz saç ekimi kararı için çok önemlidir. Saç ekimini her şeyden önce siz istediğiniz için yaptırmalısınız. ArenaMed; saç ekimi konusunda kaliteli çizgisini her zaman korumuş, ekibimiz 10 yıldan bu yana binlerce saç ekimi operasyonunu başarıyla gerçekleştirmiştir. Merkezimiz, saç ekiminde FUE yöntemini kullanmaktadır. Saç ekimindeki asıl amacımız, kişiye özgü hizmet vermektir. Saç yapıları birbirinden çok farklılık gösterdiği için, her aşamada farklı yaklaşımlar da önem kazanmaktadır. İyi bir saç şekli elde etmek için olmazsa olmaz koşul budur. Amacımız sadece tek seansta kaç greft ekildiği değil, ekilen greftlerin ne kadar iyi göründüğü ve ekim olduğu anlaşılmayan bir saç çizgisi şekli elde etmektir. Bütün cerrahi operasyonlarımız, tam teşekküllü hastane ortamında ve steril koşullarda yapılmaktadır. Cerrahi ekibimizde plastik cerrahlarımız ve hemşirelerimiz görev yapmaktadır. Arena Med Saç Ekimi olarak en son teknolojik gelişmeleri takip ederken, bilimsel araştırmalarımızı da Merkezimizin bünyesinde yapmaktayız. Kongre ve seminerlerde çok sayıda yazılı ve sözlü bildirilerimizin yanı sıra, uluslararası ve ulusal dergilerde yayınlanmış çok sayıda makale ve yayınlarımız bulunmaktadır… Kalite ve Hizmet Garantisi… İstanbul Atasehir’deki hastanemizde, sizlere özel modern ameliyathanelerde deneyimli ekibimizle sizleri bekliyoruz…* *Geçerken uğramanız için, İstanbul’un eşsiz manzarası eşliğinde Akasya AVM Acıbadem de A Kule 27.Katta saç ekim uzmanlarımız sizi bekliyor…”,* *“Saç Dökülmesi”* başlığı altında; *“Saç  Dökülmesi Kaderiniz Olmasın… Artık saç dökülmesi ile karşılaşan insanların hayattan soğuyup strese girerek kendini soyutlamasına, gergin ve sıkıntılı bir ruh hali ile yaşamasına gerek kalmadı. Saç dökülmesi günümüzde sorun olmaktan çıktı. Yeniden eski gür saçlı halinize kavuşabilir, neşenizi yeniden geri kazanabilirsiniz. Alanında profesyonel ekibimizle, sizleri de kaliteli hizmet ve gerçek memnuniyet ile tanıştırmak için Arena Med'e bekliyoruz…”,* *“Klinik/Ekip”* başlığı altında; *“Sinerji, dayanışma ve güven… Ekibimiz Her Zaman Hazır…Saç ekimindeki asıl amacımız, kişiye özgü hizmet vermektir. Saç yapıları birbirinden çok farklılık gösterdiği için her aşamada, yaklaşımlar da önem kazanmaktadır. İyi bir saç şekli elde etmek için olmazsa olmaz koşul budur. Sadece amaç tek seansta kaç greft ekildiği değil, ekilen greftlerin ne kadar iyi göründüğü ve ekim olduğu anlaşılmayan bir saç çizgisi şekli elde etmektir. Bütün cerrahi operasyonlarımız, tam teşekküllü hastane ortamında ve steril koşullarda yapılmaktadır. Arenanın anlaşmalı çalıştığı doktorlar ve medikal ekip saç nakil prosedürleri konusunda çok deneyimlidir ve her yıl uluslararası eğitim toplantılarına düzenli olarak katılır. Ekibimiz operasyon öncesi yaptığı detaylı analiz ile hastalarımızın kendilerini özel hissetmelerini sağlar…”* ifadelerine ve ana sayfada hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, [www.facebook.com/SerkanAyd%C4%B1nSa%C3%A7Ekimi969172853115354/?ref=page\_internala](http://www.facebook.com/SerkanAyd%C4%B1nSa%C3%A7Ekimi969172853115354/?ref=page_internala) adresli internet sitesinin 27.10.2016 tarihli görünümünde; saç ekimi işlemiyle ilgili olarak; *“Sizin mutluluğunuz, bizim gururumuz…Sanatı saçlarınıza, mutluluğu yüzünüze ekiyoruz…Saç ekiminde çıtayı yükselttiğimiz doğrudur…Değişim sizin ellerinizde…Kalite asla tesadüf değildir…”* gibi ifadelere ve söz konusu tıbbi işlemle ilgili çok sayıda hasta öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği,

<https://twitter.com/Arenamedd> adresli internet sitesinin 27.10.2016 tarihli görünümünde; *“Sizin mutluluğunuz, bizim gururumuz…Sanatı saçlarınıza, mutluluğu yüzünüze ekiyoruz…Saç ekiminde çıtayı yükselttiğimiz doğrudur… Değişim sizin ellerinizde…Kalite asla tesadüf değildir…Umudunuz başlarsa, değişim kaçınılmaz olur…”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Serkan AYDIN (Arena Med Hair Transplant)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**18)**

**Dosya No: 2016/3481**

**Şikayet Edilen:** Dr. Fatma Yelda TERZİOĞLU

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.dr-plus.com](http://www.dr-plus.com) adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde; Ana sayfada; *“Lazer Epilasyon…Alexandrite & Nd:YAG ve Diyot…FDA Onaylı cihazlarla lazer epilasyon uygulaması…FDA Onaylı Cihazlar…Dermatolog Dr. Yelda Terzioğlu, uyguladığı tüm tedavilerde ve lazer epilasyon uygulamasında FDA ve T.C Sağlık Bakanlığı onaylı ekipmanlar kullanır… Dermatolog Dr. Yelda Terzioğlu… Sağlığınız ve güzelliğinize değer veririz… Bölgesel Zayıflama… Sağlıklı ve kalıcı bir şekilde fazlalıklarınızdan kurtulun… Lazer Epilasyon… Öncü donanım, uzman ekip…”,*

[www.facebook.com/drplusankara](http://www.facebook.com/drplusankara) adresli internet sitesinin 28.11.2016 tarihli görünümünde; *“Yelda TERZİOĞLU… Dermatoloji Uzmanı… Kusursuz cilde kavuşun… Lazer Epilasyon… Zamanı birlikte durduralım… Botox Uygulaması…”* şeklinde ifadelere, ayrıca hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Fatma Yelda TERZİOĞLU** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127-TL (EllisekizbinyüzyirmiyediTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine **karar** verilmiştir.

**19)**

**Dosya No: 2016/3482**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Mustafa ATASOY** (**FL Lazer Tedavi Merkezi)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.flankaralazer.com](http://www.flankaralazer.com) adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde; Anasayfada; *“Lazer Epilasyon…Konforlu & 4 Mevsim Kalıcı Epilasyon…* *Kendinizi Uzmanlarımıza Emanet Edin…”,* *“Ankara Kızılay'da Lazer Epilasyon”* başlığı altında; *“En üst seviyedeki dünya standartlarına uygun olarak sağlık hizmeti sunmak hedefiyle kurulan Fl Lazer Lazer Tedavi Merkezi, modern tıbbın gereklerini, yılların tecrübesi ile birleştirerek hastalarına aktarmaya devam ediyor. Her alanda sunduğu yüksek kalitede hizmet, hasta sayısını ve talebi artırmakta; artan talep hastalarımıza olan sorumluluğumuzu yükseltmektedir. Kliniğimizde güvenilirliği ve etkinliği kanıtlanmış Alexandrite (755nm) ve Nd-Yag (1064nm) dalga boylarını taşıyan Cynosure Apogee Elit Plus Cihazı bulunmaktadır. Bu iki dalga boyu en kalıcı etkinin yanı sıra en güvenilir kombinasyonu da bünyesinde bulundurmaktadır…* *Lazerle epilasyon işlemleri kliniğimizde temiz ve hijyenik ortamlarda yapılmaktadır. Doktorumuz Mustafa Atasoy eşliğinde hastalarımızın aklında hiçbir şüphe bırakmaktan epilasyon işlemlerini gerçekleştirmekteyiz… Kızılay da hizmet vermekte olan uzman doktorumuz Mustafa Atasoy 25 yıllık deneyim ve tecrübelerini siz değerli hastalarına aktarıyor... Lazer ile Epilasyon işlemlerinin bir numaralı adresi FL Lazer Tedavi Merkezi.. Kaliteli hizmet istiyorsanız Ankara Kızılay da bulunan FL Lazer tedavi merkezimize uğramalısınız…”, “Lazer Epilasyonda Hangi Cihazları Kullanıyoruz?”* başlığı altında; *“…Kliniğimizde güvenilirliği ve etkinliği kanıtlanmış 4 ana lazer teknoloji tipi bulunmaktadır. Bunlar, Ruby, Alexandrite, Diode ve ND Yag’dır. Her tip lazer farklı cilt tipleri için ayrı uygulanmaktadır.”,* “*Botox”* başlığı altında; *“…Ankara’daki lazer epilasyon kliniğimizde ileri düzey botoks uygulamalarını tecrübeli ve uzman kadromuzla uyguluyoruz...”, “Botoks Ömrü ve Fiyatları”* başlığı altında; *”Ankara’da Botoks yaptırmak isteyen hastalarımızın yoğun talepleri ile karşılaşmaktayız. Bu talebi en pratik ve son teknoloji ürünlerle uzman doktorumuz Mustafa Atasoy ile karşılamaktayız. Ticaret anlayışından uzak misyonumuz müşteri memnuniyeti odaklı çalışma prensibimiz ile müşterilerimiz tarafından takdir ve teşekkür toplamanın haklı gururunu yaşamaktayız. Gençleşmek istiyorsanız Ankara Kızılay da bulunan FL Lazer tedavi merkezimize uğramalısınız…”, “Kimyasal Peeling”* başlığı altında; *“Ankara Kızılay da Kimyasal Peeling tedavisinde uzman kadromuz ile sizlere hizmet vermeye devam ediyoruz. Siz değerli hastalarımızı en yakın zamanda tedavi merkezimize bekleriz… Sağlıcakla kalın…”* ifadelerine yer verildiği, *“Ankara’da Lazer ile Leke Tedavisi*” başlığı altında; *“…Bu lekeleri tamamen ortadan kaldırmak için ‘Amerika’da en iyi lazer epilasyon’ seçilen; Cynosure Apogee Elit plus (Alexandrite-Ndyag) cihazımızı kullanarak ortadan kaldırmak mümkün olmaktadır. Aynı zamanda ozon tedavisi, kişiye özel peelingler ve deri soyma işlemleriyle cildimiz lekelerden arındırılabilir. Peelinler: Sizin için en uygun peeling (kimyasal ya da enzimatik peeling) uygulaması uzman doktorumuz Mustafa Atasoy tarafından belirlendikten sonra özen ve güvenle uygulanmaktadır.”* ifadelerine yer verildiği ve aynı başlık altında hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği, diğer taraftan, ana sayfada *“Hasta yorumları”* bölümünde; “*Dr. Mustafa Atasoy gözetiminde lazer epilasyon için Fl Lazer Ankara'dan hizmet aldım. İlgi ve alakasından dolayı* *Mustafa Bey'e* ve *ekibine teşekkür ederim…”* şeklinde hastalardan gelen, ilgili şahsı ve kuruluşu öven ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Mustafa ATASOY** (**FL Lazer Tedavi Merkezi)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127-TL (EllisekizbinyüzyirmiyediTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**20)**

**Dosya No: 2016/3483**

**Şikayet Edilen:** **Dr. Sami Tan SARIGÜL** **(Klinik Son Nokta)**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.clinicsonnokta.com](http://www.dr-plus.com) adresli internet sitesinin 17.11.2016 tarihli görünümünde; “*Sts Estetik Zorlu Center Beşiktaş Klinik Son Nokta Bahçeşehir Dr. Sami Tan Sarıgül Estetik ve Güzellik Merkezi*” olarak isimlendirildiği, Ana sayfada; *”Altın Üçgen Mucizesi…U-Therapy, Ultra-Matrix ve Scarlet Üçgeni ile Ameliyatsız Yüz Germe Yöntemi…Ultra-Matrix…3 Boyutlu Görüntüleme Sistemiyle Simüle Edildikten Sonra Yeni Nesil PDO ipleri Kullanılarak Yapılan Yüz Germe Tekniği Ultra-Matrix ile Tanışın!”* ifadelerine yer verildiği, *“Kavitasyon”* başlığı altında; *“Zayiflama- Aqualyx- Kavitasyon… Bölgesel Zayıflamada Yepyeni bir Yöntem - Aqualyx Uygulaması… En sorunlu lokalize yağ depoları olan gıdı, kollar, göbek ve karın çevresi, dizin iç kısımları, kalça ve baldırlar, bacak araları, trochanter bölgesi, lipomlar, ensede yağ birikimleri ve erkeklerde göğüs sarkmalarının yok edilmesi için mükemmel bir çözümdür… Bu özelliği aqualyxi inanılmaz hızlı ve kesin bir tedavi şekli yapar ve diğer yöntemlere göre farkını ortaya koyar… Teknolojinin son harikalarından Venus Freeze cihazının geliştirilmiş yeni modeli olan Venüs Legacy ile tanışın! Üstün özelliklerle dolu olan; sıkılaşmada, selülit tedavisinde ve zayıflamada kendini onlarca defa kanıtlamış, devrim niteliğindeki Venus Freeze cihazının daha da geliştirilerek mükemmelleştirilmiş hali olan Venus Legacy ile Multipolar radyofrekans ile manyetik pulse enerjisinin mükemmel uyumunu kullanarak fazla kilolarınızdan hem daha çabuk kurtulabilir hem de sıkılaşarak harika bir vücuda kavuşabilirsiniz. Dahası, Venüs Legacy ameliyatsız yüz germe teknolojisini de içeren yeni Legacy başlığı sayesinde yüzünüzün kaybettiği yılları da geri kazandırır… Coax Med Ice ile Tanışın! Yeni Coax Med Ice, benzersiz tasarımı sayesinde Coax CRF’in bütün özelliklerinin yanı sıra (Radyofrekans, Kavitasyonel Ultrasound, Vakum Endomasaj) yeni zayıflama trendi olan Cryo (Soğuk Lipoliz) teknolojisini de içerisinde barındırarak tek cihazda kullanımınıza sunmaktadır. Coax Med İce, vücut başlıkları ile zayıflama ve bölgesel incelme etkisi sağlarken, yüz başlığı ile Gençleştirme etkisi yapar. Cilt Gençleştirme ve Zayıflatma tek cihazda! Radyofrekans, Ultrasound, Ritmik Vakum Endomasaj ve Cryo’yu bünyesinde barındıran tek platform olan Coax Med İce, dünyanın ve Türkiye’nin en gelişmiş zayıflama ve gençleştirme platformudur. İngiltere, İtalya ve diğer Avrupa ülkelerinde, yüzlerce hekim ve uzman tarafından tercih edilen Coax Med İce, klinik olarak kanıtlanmış uygulamaları ile çok etkili sonuçları, en güvenli şekilde almanızı sağlar.”,* *“Botoks-Dolgu”* başlığı altında; *“Bu uygulama iyileşme süresi gerektirmeyen, uzman kişilerce yapıldığında, kısa sürede hedefe ulaşan çözümler sunuyor. Sonuç ise tamamen hastanın ne istediği ve hekimin uygulama tekniği ile değişiyor… Aynı zamanda, tedaviyi daha rahat kılan bir anestezik olan lidokain içerir. Bunun sonucunda, uygulama yapılırken hastanın konforu artar… Avantajları; zamanla kalıcı sonuçlar, dudaklara hacim kazandırmak için yenileyici yöntem, kırışıklıklar kaybolur, güvenilir, yan etkisiz, uygulama süresinin çok kısa olması, genel anesteziye gerek yoktur”, “Ultra-Matrix Ağı ile Ameliyatsız Yüz Germe”* başlığı altında; *“…Dahası, bu harika uygulama diğer yüz gençleştirme teknikleriyle (Venus Legacy, PRP, Kök hücre) kombine edildiğinde, cildinizin alt katmanları Ultra-Matrix Ağı ile gerilirken üst katmanları da Venüs, PRP ve kök hücre ile gerilerek cildinizin tüm katmanlarında gözlerinize inanamayacağınız muhteşem sonuçlar alınmasına sebep olur ve eskisinden onlarca yaş genç görünen bir yüze kavuşabilirsiniz…”, “Scarlet ile Ameliyatsız Yüz Germe”* başlığı altında; *“Scarlet, etkisini daha ilk seansın sonunda direk fark ettiren, üstün teknoloji ürünü bir cihaz olmasının yanında minimum 3 seans uygulandığında, etkisini ve kalıcılığını katlanarak arttıran, cildinizi onlarca yıl geriye götürebilecek harika bir cihazdır. Dahası, cildinize scarlet uygulandıktan sonra PRP (Plated Rich Plazma - detaylı bilgi için lütfen soldaki menüden PRP sayfamızı ziyaret ediniz.) uygulanarak kombine edildiğinde cildinizde inanılması güç, harika sonuçlar doğuran bir ikili oluştururlar. Ayrıca, Scarlet teknolojisi kullanılarak akne lekelerinden kurtulmak da mümkündür, üstelik akneler hala aktif (kurumamış) bile olsalar bu durum scarlet cihazının uygulanmasına engel değildir ve bu özellik scarlet cihazını rakiplerinden ayıran bir başka vurucu özelliğidir.”,*

[www.facebook.com/kliniksonnokta](http://www.facebook.com/kliniksonnokta) adresli internet sitesinin 29.11.2016 tarihli görünümünde; *“Ameliyatsız Gençleşmede Ultra Matrix - Örümcek Ağı Mucizesi! Detaylı Bilgi: 0533 031 86 74 - 0533 053 33 40 - 0212 608 18 17 E-mail üzerinden soru sormak için:* [*kliniksonnokta@hotmail.com*](mailto:kliniksonnokta@hotmail.com)*...Ultra-Matrix Ağı;  altın + PDO (Thread Lift) ipin yeni nesil Spring Thread ip ile kombine edilmesiyle yapılan yapılan çok etkili bir yeni nesil ameliyatsız yüz germe tekniğidir. Daha detaylı bilgi için tıklayınız… Ameliyatsız Gençleşmede Bir Devrim: ALTIN ÜÇGEN! Detaylı Bilgi için: 0533 031 86 74 - 0533 053 33 40 - 0212 608 18 17 E-mail üzerinden soru sormak için: kliniksonnokta@hotmail.com... U-Therapy, Ultra-Matrix ve Scarlet'ın bir arada kullanılmasıyla estetikte devrim yaratan Yeni Altın Üçgen mucizesiyle kaybettiğiniz yılları geri kazanın!”* şeklinde ifadelere yer verildiği, diğer taraftan, *“Dudak Dolgusu”* işlemiyle ilgili hastaların tedavi öncesi ve sonrası görüntülerine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

- TıbbiDeontoloji Tüzüğünün 8, 9 ve 39 uncu maddeleri,

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

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Sami Tan SARIGÜL** **(Klinik Son Nokta)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127-TL (EllisekizbinyüzyirmiyediTürk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**21)**

**Dosya No: 2016/3491**

**Şikayet Edilen:** Dr. Mustafa Ali YANIK

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.drmustafaaliyanik.com/ozgecmis](http://www.drmustafaaliyanik.com/ozgecmis), [www.facebook.com/doktor.mustafaaliyanik/photos](http://www.facebook.com/doktor.mustafaaliyanik/photos) ve <http://twitter.com/alimustafayanik> adresli sitelerinde yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.11.2016, 15.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Söz konusu şahsa ait [www.drmustafaaliyanik.com](http://www.drmustafaaliyanik.com) adresli internet sitesinin 15.11.2016 tarihli görünümünde; “Hasta Görüşlerine” ve “*10 dakikada tamponsuz burun estetiği*” gibi ifadelere yer verildiği,

[www.facebook.com/doktor.mustafaaliyanik/photos](http://www.facebook.com/doktor.mustafaaliyanik/photos)ve <http://twitter.com/alimustafayanik> adresli sosyal medya sitelerinin 14.11.2016 tarihli görünümünde talep yaratıcı ifadelere ve hastaların tedavi öncesi ve sonrasına ilişkin görüntülere yer verildiği;

Diğer taraftan, [www.drmustafaaliyanik.com/ozgecmis](http://www.drmustafaaliyanik.com/ozgecmis)adresli internet sitesinde; “*Burun Estetiği; Lazerle Burun Estetiği, Burun Ucu Estetiği, Erkeklerde Burun Estetiği, Ameliyatsız Burun Estetiği, Tamponsuz Burun Estetiği, Ameliyatsız Estetik; Ameliyatsız Yüz Germe, Dolgu* ve BT, *Yüz Estetiği, Kulak Estetiği, Dudak Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Kaş Estetiği, Çene Estetiği ve Boyun Estetiği”* gibi uzmanlık alanınızın dışında birtakım tıbbi işleme yönelik tanıtımlara yer verildiği tespit edilmiştir.

**Reklam Veren Açıklamaları:** Reklam veren tarafından herhangi bir cevabi yazı gönderilmemiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu ifadeler vasıtasıyla, sağlık alanında çalışan şahsa ve kuruluşa yönlendirme yapıldığı, inceleme konusu tanıtımların ilgili mevzuatta tıbbi işlemlere ilişkin izin verilen bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri kapsamını aştığı,

Diğer taraftan, **www.drmustafaaliyanık.com/ozgecmis** adresli internet sitesinde; “*Burun Estetiği; Lazerle Burun Estetiği, Burun Ucu Estetiği, Erkeklerde Burun Estetiği, Ameliyatsız Burun Estetiği, Tamponsuz Burun Estetiği, Ameliyatsız Estetik; Ameliyatsız Yüz Germe, Dolgu* ve BT, *Yüz Estetiği, Kulak Estetiği, Dudak Estetiği, Göz Kapağı Estetiği, Kaş Estetiği, Çene Estetiği ve Boyun Estetiği”* gibi ilgili şahsın uzmanlık alanının dışında birtakım tıbbi işleme yönelik tanıtımlara yer verildiği, söz konusu tedavilerin, 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’da belirtilen tıpta uzmanlık ana dallarından olan, plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi uzmanlığını gerektiren işlemler olduğu,

1219 sayılı Tababet ve Şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun’un 8. Maddesinde hekimlerin genel olarak hastalıkları tedavi yetkisi bulunduğu belirtildikten sonra herhangi bir tıp dalında uzman olmak ve bu unvanı kullanma hakkını elde etmek için uzmanlık belgesine sahip olmanın zorunlu olduğunun belirtildiği,

Aynı Kanun’un Ek-1 Tıpta Uzmanlık Ana Dalları ve Eğitim Sürelerine Dair Çizelgesi’nde, “*Kulak Burun Boğaz Hastalıkları*” ve “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlık dallarının farklı uzmanlık dalları olarak belirlendiği, “*Plastik, Rekonstrüktif ve Estetik Cerrahi”* uzmanlığına sahip olabilmek için 5 yıllık ayrı bir eğitim alınmasının yasal zorunluluk olduğu, tüm bu açıklamalar ışığında, inceleme konusu internet sitesinde şahsa ait plastik, rekonstrüktif ve estetik cerrahi alanında yapılan ve yukarıda bahsi geçen tanıtımların tüketiciler açısından yanıltıcı ve ilgili mevzuata aykırı olduğu,

Dolayısıyla, söz konusu internet sitelerinde yer alan ifade ve görüntülerin tabip tarafından uygulanması gereken tıbbi işlemlere yönelik ve talep yaratıcı nitelikte olduğu, kuruluşa ve hekimlik mesleğini uygulayan şahsa yönlendirme yaparak, sağlık alanında çalışan kuruluşun faaliyetlerine ticari bir görünüm kazandırdığı ve diğer kuruluşlar ve hekimler açısından haksız rekabete yol açtığı,

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

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

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

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

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Dr. Mustafa Ali YANIK** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**GIDA**

**22)**

**Dosya No: 2015/1136**

**Şikayet Edilen: Coşkun Gıda Hayv. İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Coşkun Yumurta”*** markalı ürünün ambalaj ve etiketi üzerinde yer alan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2015 - 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Ambalaj, Ürün etiketi

**Tespitler**: İstanbul İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü’nün Bakanlığımız İstanbul Ticaret İl Müdürlüğü’ne göndermiş olduğu yazı ekinde yer alan ve Bayrampaşa İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü’nün Gıda Kontrol görevlileri tarafından Bayrampaşa ilçesinde faaliyet gösteren Real Hipermarketler Zincirinde gerçekleştirilen denetime ilişkin raporda, Coşkun Gıda Hayv. İnş. Turizm San. ve Tic. Ltd. Şti. unvanlı firmaya ait Coşkun Yumurta markalı 10’lu (M Boy 53-62 gr) yumurta ile 15’li Özel Seçme (M Boy 53-62 gr) yumurtaya ait ambalaj görsellerinde;

“Coşkun Yumurta” 10’lu paket üzerinde; ***“Doğal olarak”, “Mutlu Tavukların Sağlıklı Yumurtaları”*** ve ***“A Sınıfı Yumurta”*** , “Coşkun Yumurta” 15’li Özel Seçme paket üzerinde ise; ***“Özel Seçme 15 adet”, “Mutlu Tavukların Sağlıklı Yumurtaları”*** ve ***“Veteriner kontrolünde kapalı kümeste katkı maddesi*** ***kullanılmayan doğal ürünlerle ve kuru yonca ile beslenen sağlıklı tavuklardan üretilmiştir.”*** şeklinde ifade ve tanıtımların yer aldığı tespit edilmiştir.

Diğer taraftan, söz konusu firmaya ait [www.coskunyumurta.com](http://www.coskunyumurta.com) adresli internet sitesinde firmaya ait ürün çeşitlerinin tanıtıldığı <http://www.coskunyumurta.com/urunler/ozel-yumurta> linkinde yer alan ürün ambalajlarına ait 06.02.2017 tarihli görüntülerde yukarıda yer verilen ifadelerin yer almadığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** “Coşkun Yumurta” markalı ürüne yönelik olarak, 2015 ve 2016 yılları içerisinde piyasada satışı yapılan ürünlerin ambalaj ve etiketleri üzerinde, ***“Özel Seçme 15 adet”, “Mutlu Tavukların Sağlıklı Yumurtaları”*** ve ***“A Kalite Yumurta”*** ifadelerine;“Coşkun Yumurta Özel Seçme” markalı ürünün ambalajı üzerinde ise, ***“Özel Seçme 15 adet”, “Mutlu Tavukların Sağlıklı Yumurtaları”*** ve ***“Veteriner kontrolünde kapalı kümeste katkı maddesi kullanılmayan doğal ürünlerle ve kuru yonca ile beslenen sağlıklı tavuklardan üretilmiştir.”*** şeklinde ifade ve tanıtımlara yer verildiği,

Reklama konu ürünlerin yumurta olduğu göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu tanıtımlarda yer alan **“Özel Seçme 15 adet”, “Mutlu Tavukların Sağlıklı Yumurtaları”,** **“A Kalite Yumurta”** ve **“Veteriner kontrolünde kapalı kümeste katkı maddesi kullanılmayan doğal ürünlerle ve kuru yonca ile beslenen sağlıklı tavuklardan üretilmiştir.”** şeklinde ifadelerle Coşkun Yumurta markalı ürünlerin piyasada satışı yapılan benzer ürünlerden daha farklı, kaliteli ve sağlıklı olduğu şeklinde bir izlenim oluşturulduğu, bu şekilde **üstünlük sağlayıcı veya ölçülmesi mümkün olmayan ifadelerin etiketlerde kullanılmasının** ise Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 6. Maddesinde yer alan *“(1) Gıdanın etiketlenmesi;(…) a) Tüm benzer gıdalar aynı niteliklere sahip olduğu halde, belli bir gıdanın özel niteliklere sahip olduğunu ileri sürerek ve özellikle belirli bileşenler ve/veya besin öğelerinin varlığını veya yokluğunu özel olarak vurgulayarak, (…), yanıltıcı biçimde olamaz. (…)(4) Birinci, ikinci ve üçüncü fıkralarda yer alan hükümler; a) Gıdanın reklâmı,(…), için de uygulanır.”* **hükmüne aykırı olduğu,**

Diğer taraftan söz konusu gıda ürünü ambalajı üzerinde yer alan ***“Veteriner kontrolünde kapalı kümeste katkı maddesi kullanılmayan doğal ürünlerle ve kuru yonca ile beslenen sağlıklı tavuklardan üretilmiştir.”*** ifadesinin doğruluğunun Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin *“İspat Külfeti”* başlıklı 9 uncu maddesi hükmüne istinaden ispatlanması gerektiği halde firma tarafından bu iddianın ispatına ilişkin olarak herhangi bir bilgi ve/veya belge sunulamadığı,

Dolayısıyla inceleme konusu ifade, reklam ve tanıtımların,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Coşkun Gıda Hayv. İnş. Turizm 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.

**23)**

**Dosya No: 2016/2940**

**Şikayet Edilen: DSM Sağlık Ürünleri İmal. İth. İhr. Paz.** - **Meryem Erdoğmuş**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.dogaleczadeposu.com](http://www.dogaleczadeposu.com) adresli internet sitesinin 30.11.2016 tarihli görünümünde yayınlanan reklam ve tanıtımlarda, **“Prostat Sağlığı”** ana aşlığı altında bazı gıda takviyelerinin satış, reklam ve pazarlamasının yapıldığı, diğer taraftan ürünlere ilişkin tanıtıcı başlıklarda ise *“Geciktirici set, erkeklere özel destekleyici ürün, istek arttırıcı, göğüs gelişimine yardımcı, göğüs şekillendirici, bitkisel geciktirici, kayganlaştırıcı, orgazm kremi, uyarıcı damla, cinsel performans arttırıcı…”* şeklinde ibarelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden **“tıbbi ürünler”** gibi tanıtıldığı ve firma tarafından reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden, ayrıca aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilen söz konusu 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 24/3 maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6; 40/1; 42/1 ve 42/2 maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **DSM Sağlık Ürünleri İmal. İth. İhr. Paz.** - **Meryem Erdoğmuş** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**24)**

**Dosya No: 2016/3111**

**Şikayet Edilen: Selahattin KURT**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.vitrinalisveris.com](http://www.vitrinalisveris.com) adresli internet sitesinde ***“Novagra Bitkisel Gıda Takviyesi”***, ***“Venapro Set”*** ve ***“Sesso Kahve”*** adlı ürünlere ve diğer muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.01.2017

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.vitrinalisveris.com](http://www.vitrinalisveris.com) adresli internet sitesinin 17.01.2017 tarihli görünümünde yayınlanan reklam ve tanıtımlarda; *“****Novagra Bitkisel Gıda Takviyesi*** *– Erkeklerin cinsel hayatının en büyük sorunu olan ereksiyon problemi yeni ve geliştirilmiş formülü olan Novagra cinsel sağlık ve ereksiyon sorunlarına yardımcıdır. Novagra 30 Tablet Nasıl Kullanılır: Novagra kullanımı bol su veya asitsiz içecekler ile alınmalıdır. İçeceklerin alkol ve asit içermemesi önemlidir. Çünkü bu içecekler ürünün etkisinin azalmasına neden olabiliyor…* ***Venapro Set*** *– Hemoroidin ameliyatsız doğal tedavisi. Venapro derinin derinliklerine ve kan dolaşımına işleyip, rektal bölgeye normal kan akışını sağlamakta aynı zamanda bağırsakların normal fonksiyonlarını desteklemektedir. Ürünün Faydaları: İltihaplanmış dokuyu normale çevirmeye, Zarar görmüş dokunun iyileşmesini hızlandırmaya yardımcı olur. Bağırsak hareketlerini kolaylaştırmak için doğal bir anestetik etki göstermeye yardımcı olur. Hassas geçiş bölgelerini kayganlaştırmaya, Rektal bölgeye kan akışını hızlandırmaya, yardımcı olur…* ***Sesso Kahve*** *- Sesso Performans Arttırmaya Yardımcı Kahve…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle mevzuatta izin verilen sağlık beyanlarının dışına çıkan tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden **“tıbbi ürünler”** gibi tanıtıldığı ve şahıs tarafından reklamlarda yer alan iddiaların bilimsel olarak ispatlanamadığı, ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden, ayrıca aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilen söz konusu 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 24/3 maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6; 40/1; 42/1 ve 42/2 maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**25)**

**Dosya No: 2016/3125**

**Şikayet Edilen: Devrim GÜLLE**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.](http://www.)v-pillsturkiye.com ve [www.yonjaonline.com](http://www.yonjaonline.com) adresli internet sitelerinde muhtelif gıda takviyelerine yönelik olarak yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2016, 15.12.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Şahsa ait [www.v-pillsturkiye.com](http://www.v-pillsturkiye.com) adresli internet sitesinin 23.11.2016 tarihli görünümünde “V-pills” adlı ürüne yönelik reklam ve tanıtımlarda; *“8 yıllık geçmişi ile kendini kanıtlamış olan V-Pills Gold günümüzde hala kendi kategorisinde en çok bilinen ve tercih edilen ürün olma özelliğini koruyor. Amerikada yıllardır 1 numara olarak bilinen ürün ülkemizde de ilk olarak 2008 yılında Yonja Medikal tarafından V-Pills ismi ile piyasaya sürüldüğünde çok kısa sürede rekor satış rakamlarına ulaşmıştır. Zaman içerisinde gelişen teknoloji ve bilim sayesinde yenilenen formülü, yeni ismi ve yeni imajı ile Taylan Medikal güvencesi altında tüketiciye sunulmaya devam etmektedir. Rakipsiz formülü ve kullanıcı memnuniyeti sayesinde daha uzun yıllar bir numara olarak kalacağı görülmektedir. Şimdi siz de kendinize alacağınız 3 aylık bir V-Pills Gold seti ile hayatınızda yapacağınız köklü değişiklikler için ilk adımı atın!”* ifadeleri ile *“%100 Memnuniyet Garantisi”* ve *“TC Tarım Bakanlığı izni ile üretilmiştir”* şeklinde tanıtımlara yer verildiği; diğer taraftan, anılan internet sitesinde **“Sipariş Ver”** butonuna tıklandığında tüketicilerin yine şahsa ait [www.yonjaonline.com](http://www.yonjaonline.com) adresli internet sitesine yönlendirildiği, [www.yonjaonline.com](http://www.yonjaonline.com) adresli internet sitesinin 15.12.2016 tarihli görünümünde yer alan reklam ve tanıtımlarda ise; *“****Withex Plus Kapsül* –** *25 etken madde ile çok daha etkili. Erken boşalma, Sertleşme sorunu, Cinsel isteksizlik, üstelik aynı fiyata. WITHEX PLUS; erkekler için geliştirilmiş, tamamen doğal afrodizyak etkili bitki özleri ve vitamin karışımından oluşan, fonksiyonel bir gıda takviyesidir. İçeriğindeki bitki özleri ve vitaminler sayesinde erkeklerde sık görülen cinsel fonksiyon bozukluklarında destekleyici gıda takviyesi olarak önerilmektedir. WITHEX Plus, 25 etken maddeye sahip fonksiyonel bitkisel besin takviyesidir. Spesifik bir hastalık için üretilmiş bir ilaç değildir, %100 bitkisel içeriği ile kimyasal içermeyen bir gıda takviyesidir. Tespit edilmiş bir yan etkisi bulunmamaktadır. WITHEX Plus ile hayatınızı değiştirebilirsiniz. Formülünün %100 organik olması, kimyasal madde içermemesi, her yaştan kişilerin kullanmasına olanak sağlamaktadır. WITHEX Plus'ın, yıllardır bilinen afrodizyak bitkilerden oluşan zengin formülü, uzak doğunun en köklü ilaç firmalarından biri olan ve özellikle bitkisel ilaçlar konusunda uzman olan Ashford Laboratories ile 5000 yıldır kullanılan bitkisel tedavi konusunda dünyanın en gelişmiş tekniklerine ve bilgilerine sahip üniversite olan R.A. PODAR Ayurved Medical Collage (Institute Of Contemporary Ayurved Research and Education) tarafından yürütülen ortak çalışmalar sonucu geliştirilmiştir. Şu an piyasada bulunan ürünlerden çok daha fazla etken maddeye sahip WITHEX Plus, yüzbinlerce kullanıcı üzerinde de denenmiştir…”* şeklinde ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklam ve tanıtımlarda, endikasyon belirten ve bilimsel olarak ispata muhtaç ifadelerle çeşitli sağlık beyanlarına yer verilerek gıda takviyesi niteliğindeki ürünlerin insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden **“tıbbi ürünler”** gibi tanıtıldığı, böylece anılan ürünlerin tüketilmesiyle bazı sağlık faydalarının sağlanabileceği izlenimi oluşturulduğu ve söz konusu iddiaların da bilimsel olarak ispatlanamadığı; ayrıca şayet anılan ürünler söz konusu reklamlarda belirtilen iddiaları kanıtlayabilir nitelikte ise, bu durumda “gıda takviyesi” kapsamında değil, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında ruhsatlandırılmaları gerektiği, “beşeri tıbbi ürün” veya “ilaç” kapsamında değerlendirilen ürünlerin reklamının yapılmasının ise mevzuat gereği yasak olduğu, dolayısıyla her koşulda mevzuata aykırılık teşkil eden, ayrıca aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olduğu değerlendirilen söz konusu 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 24/3 maddesi,

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6; 40/1; 42/1 ve 42/2 maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Genel Koşullar” başlıklı 8 inci maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Devrim GÜLLE** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **58.127-TL (Ellisekizbinyüzyirmiyedi Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**26)**

**Dosya No: 2016/3641**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Sütaş Tatlımmm”*** markalı ürünlere yönelik olarak ***“Sütaş’tan masum tatlım”*** sloganı ile muhtelif televizyon kanallarında, [www.sutas.com.tr](http://www.sutas.com.tr) adresli internet sitesinde ve ürün ambalajları üzerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016 - 2017

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

**Tespitler**: *“Sütaş Tatlımmm”* markalı ürünlere ilişkin televizyon reklamlarının,

16 saniyelik reklam versiyonunda;

*“Bir tatlım, iki tatlım, dört tatlım, on dört tatlım, Sütaş’tan* ***masum tatlım****, bol taze sütlü tatlım, sen de ye,* ***bol bol ye, bol bol ye****”* ifadeleri ile dış ses ve reklam görselinde ***“Sütaş’tan masum tatlım.”*** ifadelerine,

21 saniyelik reklam versiyonunda ise;

*“Bir tatlım, iki tatlım, dört tatlım, on dört tatlım, Sütaş’tan* ***masum tatlım****, bol taze sütlü tatlım, sen de ye,* ***bol bol ye, bol bol ye****”* ifadeleri ile dış ses ve reklam görselinde***“Sütaş Çiftliği’nin taze sütlerinden gönül rahatlığı ile tatlı keyfi. Sütaş’tan masum tatlım.”*** ifadelerine yer verildiği,

Firma tarafından yapılan açıklamada, söz konusu televizyon reklamlarının 17/10/2016 - 31/12/2016 tarihleri arasında muhtelif televizyon ve radyo kanalları ile diğer görsel mecralarda yayınlandığının beyan edildiği, bununla birlikte 2017 yılı içinde de televizyon ve radyo reklamlarının yayınına devam edildiği,

Diğer taraftan inceleme konusu ürünlere ait ürün ambalajları incelendiğinde;

**Sütaş Tatlımmm Çikolatalı Fındıklı Puding** ürün ambalajı üzerinde ***“Doğal Lezzet”*** ve ***“Tatlımmm’ın doğal lezzeti ailenizin ortak keyfi”*** ibareleri ile ürün içeriğinde;

İçindekiler: Homojenize ve pastörize inek sütü, sofra şekeri, patates nişastası, yağı azaltılmış kakao, kıvam arttırıcı(ksantansakızı), fındık(%0,1), çikolata (%0,1), fındık aroma vericisi, sofra tuzu. 100 gr için enerji (Kcal/KJ): 107/451

**Sütaş Tatlımmm Sade Çikolatalı Puding** ürün ambalajı üzerinde ***“Doğal Lezzet”*** ibaresi ile ürün içeriğinde;

İçindekiler: Homojenize ve pastörize inek sütü, sofra şekeri, patates nişastası, yağı azaltılmış kakao, kıvam arttırıcı(ksantan sakızı), çikolata (%0,05), doğal vanilya aroma vericisi, tarçın, sofra tuzu. 100 gr için enerji (Kcal/KJ): 104/440

**Sütaş Tatlımmm Muzlu Puding** ürün ambalajı üzerinde ***“Doğal Lezzet”*** ve ***“Sütaş Çiftliği’nin taptaze sütleri ile nefis muz lezzeti Tatlımmm’da birleşti. Tatlımmm’ın doğal lezzeti ailenizin ortak keyfi.”*** ibareleri ile ürün içeriğinde;

İçindekiler: Homojenize ve pastörize inek sütü, sofra şekeri, patates nişastası, yağı azaltılmış kakao, kıvam arttırıcı(ksantan sakızı), muz (%0,3), muz vanilya aroma vericisi, renklendirici (havuç ekstraktı). 100 gr için enerji (Kcal/KJ): 101/427

bilgilerine yer verildiği;

Ayrıca, söz konusu ürünlere ilişkin olarak üretici firmaya ait [www.sutas.com.tr](http://www.sutas.com.tr) adresli internet sitesinin <https://www.sutas.com.tr/tr/urunler/dogal-lezzetli-sut-ve-sut-urunlerimiz/taze-sutlu-tatlilar> linkinde yer alan tanıtımlarda da;

**“Sütaş Tatlımmm”** markalı ürün grubunda yer alan ürünlere yönelik olarak *“Sütaş Çiftliği’nin bol taze sütleri ile farklı lezzetler Tatlımmm puding ailesinin tekli ve ikili çeşitlerinde buluştu. Tatlımmm çeşitleri ile gönül rahatlığıyla tatlı keyfi… Sütaş'tan masum Tatlımmm…”* ve *“Tatlımmm’ ın doğal lezzeti ailenizin ortak keyfi!”* ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Sütaş Tatlım Çikolatalı Puding, Sütaş Tatlım Muzlu Puding, Sütaş Tatlım Çikolatalı Fındıklı Puding ve Sütaş Tatlım Sütlü Vanilyalı Puding adlı ürünlere yönelik olarak 2016 ve 2017 yılları içerisinde yayınlanan reklamlarda, reklam müziğinin sözleri içerisinde, ***“Bir tatlım, iki tatlım, dört tatlım, ondört tatlım, Sütaş’tan masum tatlım, Bol taze sütlü tatlım, Sen de ye, Bol bol ye, Bol bol ye”*** ifadelerine, reklamın devamında dış ses tarafından yapılan seslendirmede, ***“Sütaş çiftliğinin taze sütlerinden gönül rahatlığı ile tatlı keyfi, Sütaş’tan masum tatlım, Tatlım”*** şeklinde ifadelere yer verilerek,**tanıtımı yapılan ürünlerin bol taze sütlü, masum bir tatlı olduğu ve gönül rahatlığı ile bol bol tüketilebileceği mesajının verildiği,** “**masum tatlım**” ifadesi ile tanıtımı yapılan ürünlerin tüketiciler nezdinde tamamendoğal, saf ve insan sağlığı açısından zararsız ürünler olduğu izlenimi oluşturulduğu, oysa ürünlerin bileşiminde ürün çeşidine göre “sofra şekeri, kıvam arttırıcı (ksantam sakızı), sofra tuzu, aroma verici, renklendirici” gibi çeşitli katkı maddelerinin yer aldığı, Ayrıca, Sütaş Tatlımmm markalı ürün çeşitlerine ait ambalajlar üzerinde ve söz konusu ürünlere yönelik [www.sutas.com.tr](http://www.sutas.com.tr) adresli internet sitesinin 16.01.2017 tarihli görünümünde yer alan tanıtımlarda da ***“Doğal lezzet”*** ve ***“Tatlımmm’ ın doğal lezzeti ailenizin ortak keyfi!”*** ifadelerine yer verilmek suretiyle **söz konusu ürünlerin “Doğal” olduğu izlenimi oluşturulduğu,**

Diğer taraftan, reklamda yer alan **“*Sen de ye, Bol bol ye, Bol bol ye”*** ifadesinin özellikle çocuklar ve gençler için dengesiz ve sağlıksız beslenmeyi teşvik edici nitelikte olduğu, bu durumun da başta obezite olmak üzere kamu sağlığını tehdit eden çeşitli sağlık sorunlarına yol açabileceği,

**Bu itibarla, üretiminde taze süt kullanılmış olsa dahi, bileşiminde, aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen şeker, tuz gibi bileşenlerin yanı sıra kıvam arttırıcı, aroma verici, renklendirici gibi katkı maddelerini de içeren ve belli bir işlemden geçerek nihai ürün haline gelen söz konusu ürünlere yönelik reklamlarda, ürünün içerisinde yer alan taze süt ön plana çıkarılmak suretiyle masum bir tatlı olduğu vurgulanarak aileler ve çocuklar tarafından gönül rahatlığı ile bol bol tüketilebileceği yönündeki ifade ve görüntülerin, ayrıca söz konusu ürünlere ait ambalajlar üzerinde ve anılan internet sitesinde yer alan tanıtımlarda kullanılan “doğal lezzet” ifadesi ile söz konusu gıda ürününe “doğallık” atfedilmesinin ve** **“masum tatlım”** gibi bir ifade kullanarak anılan ürünlerin sağlık açısından olumlu özelliklere sahip olduğu izlenimi oluşturulmasının tüketicileri yanıltıcı nitelikte değerlendirildiği,

Dolayısıyla inceleme konusu ifade, reklam ve tanıtımların,

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı tarihte yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6 ncı maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Sütaş Süt Ürünleri A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **241.413-TL (İkiyüzkırkbirbindörtyüzonüç Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma** **cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**27)**

**Dosya No: 2016/3666**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Torku Banada”***markalı gıda ürününe ilişkin olarak muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklamlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 10.11.2016 – 29.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler**: “Torku Banada” markalı ürüne yönelik televizyon reklamlarının,

29 saniyelik versiyonunda;

*“Biz çiftçilerimizin mahsulü şeker ve sütü Karadeniz’in fındığıyla birleştirdik. Kakao da eklenince tadanlar siz bu işi biliyorsunuz dediler. Biz kakaolu fındık kreması Torku Banada’dır dedik. Torku Banada. Ötesi yok.”*

14 saniyelik versiyonunda;

*“Biz çiftçilerimizin mahsulü şekeri sütü Karadeniz’in fındığıyla birleştirip kakao ekledik. Torku Banada. Ötesi yok.”* sesli ifadelerine,

Torku Banada Kakaolu Fındık Kreması adlı ürünün etiketi üzerinde yer alan içindekiler kısmında ise; *“İçindekiler: Şeker, Bitkisel Yağ(Hurma), Fındık (%13,5),* ***Süttozu(%6,8)****, Kakao Tozu(%8), Peynir Suyu Tozu(Süt içerir), Emülgatör (Ayçiçek Lesitini), Tuz, Aroma”* bilgilerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Torku Banada markalı ürünün içeriğinde “Süttozu (%6,8)” bulunduğu halde,inceleme konusu televizyon reklamında, ***“Biz çiftçilerimizin mahsulü şeker ve sütü Karadeniz’in fındığıyla birleştirdik. Kakao da eklenince tadanlar siz bu işi biliyorsunuz dediler. Biz kakaolu fındık kreması Torku Banada’dır dedik. Torku Banada. Ötesi yok.”*** ifadeleri ile ürünün içeriğinde süt olduğunun belirtilmesinin ilgili gıda mevzuatı açısından bir aykırılık oluşturmadığı,Türk Gıda Kodeksi Koyulaştırılmış Süt ve Süttozu Tebliği ile Türk Gıda Kodeksi Çikolata ve Çikolata Ürünleri Tebliği hükümleri uyarınca, **süttozunun sütten suyun uzaklaştırılması ile elde edilen süt kuru maddesi olduğu** ve **içeriğinde süttozu kullanılan ürünlerin “sütlü” olarak tanımlandığı** tespit edilmiş olup söz konusu reklamlarda ilgili gıda ve reklam mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**28)**

**Dosya No: 2016/3690**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Ruffles”*** markalı ürünlere yönelik olarak ***“Hayat biraz dalga istiyor”*** sloganı ile televizyon kanallarında ve firmanın sosyal medya adreslerinde yayınlanan reklam ve tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.10.2016 – 30.11.2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet

**Tespitler**: Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş. tarafından “Ruffles” markalı ürüne yönelik olarak 01.10.2016 – 30.11.2016 tarihleri arasında muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan **“Hayat biraz dalga istiyor”** sloganlı reklam filminde, bir otobüste yolculuk eden ve karşılıklı koltuklarda oturan gençlere yer verildiği, genç kız oyuncuların yolculuk esnasında Ruffles cips yerken karşı koltukta oturan genç erkek oyuncuları ellerinde tuttukları patates cipsi ile hipnotize ederek hareketlerine yön verdiği, reklamın sonunda da Ruffles cipsi hareket ettirerek hipnotize ettikleri kişilerin kafasını otobüs camına vurmalarını sağladığı, reklamın devamında ise dış ses tarafından yapılan seslendirmede, **“Dalgası tırtığında, Ruffles, çünkü hayat biraz dalga istiyor”** ifadelerinin yer aldığı,

Diğer taraftan, Doğuş Yiyecek ve İçecek Üretim San. Tic. A.Ş. tarafından “Patos Rolls” adlı ürüne yönelik olarak 2011 yılında televizyon kanallarında yayınlanan ve Beren Saat adlı oyuncunun yer aldığı reklam filminde ise, Beren Saat’in film galası benzeri bir organizasyonda bir binanın içerisinde izleyicilerin alkışları arasında yürüyüş yaparken, binanın üçüncü katında bulunan gençlerin ellerinde tuttukları Patos Rolls cipsler ile Beren Saat’i etki altına alarak hareketlerine yön verdiği ve binanın üçüncü katına çıkmasını sağladığı, bunun üzerine Beren Saat’in genç oyuncunun elinden cips paketini alarak yine benzer şekilde cips ile karşısındaki kişiyi hipnotize ettiği ve binanın üçüncü katından aşağıda yer alan salona doğru düşürdüğü, reklamın devamında dış ses tarafından yapılan seslendirmede ise, **“Yeni Patos Rolls peynirli baharatlı. Lezzetine kapıl, heyecana takıl!”** ifadelerinin yer aldığı tespit edilmiştir.

Ayrıca, <https://www.youtube.com/watch?v=5Nrd_TWlyaI> url adresinde bir örneği bulunan ve 2001 yılında Pepsico firması tarafından **“Lay’s”** markalı ürüne yönelik olarak Avustralya’da televizyon kanallarında yayınlanmış reklam filminde ise, bir banliyö treninde yolculuk eden ve karşılıklı koltuklarda oturan küçük bir kız çocuğu ile bir başka kişinin yer aldığı, küçük kız çocuğunun elinde tuttuğu Lay’s markalı cips paketinden cips yerken karşı koltukta oturan kişinin kızın etkisi altına girdiği ve küçük kızın elinde tuttuğu cipsi hareket ettirerek bu kişinin hareketlerine yön verdiği, reklamın devamında ise küçük kızın cipsi hızlı bir şekilde hareket ettirerek karşı koltukta oturan kişinin kafasını trenin camına vurmasını sağladığı, reklamın sonunda ise ekranda Lay’s logosu ile birlikte altında “You just can’t help yourself!” ifadesinin belirdiği görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar: Frito Lay Gıda San. ve Tic. A.Ş.** unvanlı firma tarafından **“Ruffles”** markalı ürünlere yönelik olarak **“Hayat biraz dalga istiyor”** sloganı ile muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımların, Doğuş Yiyecek ve İçecek Üretim San. Tic. A.Ş. tarafından **“Patos Rolls”** markalı ürüne yönelik olarak 2011 yılında yayınlanmış televizyon reklamlarının taklidi olduğu iddiasına ilişkin olarak Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**29)**

**Dosya No: 2016/3783**

**Şikayet Edilen: Pınar Süt Mamulleri San. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Pınar Süzme Peynir”*** adlı ürüne yönelik olarak ***“Pınar yaparsa en güzelini yapar!”*** sloganı ile muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 19-31 Eylül 2016, 01-17 Ekim 2016, 23-31 Aralık 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon, İnternet, Gazete, Dergi, Radyo

**Tespitler**: Pınar Süzme Peynir adlı ürüne yönelik olarak yayınlanan reklam filminde, kahvaltı yapmakta olan bir anne ile çocuğuna yer verildiği, buna göre anne ile çocuğu arasında kahvaltı masasında geçen diyalogda:

*Çocuk: Anne!*

*Anne: Canım!*

*Çocuk: Hani şu Pınar süzme peynir reklamındaki çocuk var ya.*

*Anne: Eee.*

*Çocuk: İşte o peyniri bi yiyo bi yiyo canın çekiyo.*

*Anne: Aa, görmedim ben.*

*Çocuk: Görmedin mi? Dur bi daha yiyeyim.*

*Anne: Vallahi canım çekti.*

*Çocuk: Mmmm.*

*Anne: Mmmm.*

ifadelerinin ve reklamın devamında ekranda durağan yazı olarak ***“Pınar yaparsa en güzelini yapar!”*** sloganının yer aldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar: Pınar Süt Mamülleri San. A.Ş.** unvanlı firma tarafından **“Pınar Süzme Peynir”** adlı ürüne yönelik olarak **“Pınar yaparsa en güzelini yapar!”** sloganı ile muhtelif televizyon kanallarında yayınlanan reklam ve tanıtımlara ilişkin olarak, **“Pınar yaparsa en güzelini yapar!”** reklam sloganında yer alan “en güzel” ifadesinin soyut, doğrulanamayan ve genel geçer bir ifade olduğu, reklamların doğası gereği sahip olabileceği abartı ve aşırı övme (şişirme) sınırları içinde kaldığı değerlendirilerek söz konusu reklamlarda Reklam Mevzuatı hükümlerine aykırı bir unsura rastlanmadığından, anılan reklamların 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**30)**

**Dosya No: 2016/976**

**Şikayet Edilen:** **Kervan Aktar ve Baharat** - **Tuncay YILMAZ**

**Şikayet Edilen Reklam:**[www.kervanaktar.com.tr](http://www.kervanaktar.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan ***“Solea”*** adlı ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25.10.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: Yapılan incelemede, [www.kervanaktar.com.tr](http://www.kervanaktar.com.tr) adlı internet sitesinin 25.10.2016 tarihli görünümünde mevzuata aykırılık teşkil eden satım ve tanıtımların yapıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.kervanaktar.com.tr](http://www.kervanaktar.com.tr) adlı sitede “Solea” adlı ürüne yönelik tanıtımlarda endikasyon belirten ifadelere yer verilerek, “takviye edici gıda” niteliğindeki ürünlerin insan metabolizmasına ve/veya fizyolojisine etki eden “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı ve tüketicilerin yanıltıldığı nedeniyle mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

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

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin “Doğru bilgilendirmeye ilişkin kurallar” başlıklı 7 nci maddesi,

-26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin “Genel hükümler” başlıklı 5 inci maddesi, “Sağlık beyanları için kullanım koşulları” başlıklı 7 nci maddesi, “Özel koşullar” başlıklı 13 üncü maddesi ve “Hastalık riskinin azaltılmasına, çocukların gelişimi ve sağlığına ilişkin beyanlar” başlıklı 17 nci maddesinin üçüncü fıkrası,

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

hükümlerine aykırı olduğu,

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

**31)**

**Dosya No:** 2016/3793

**Şikayet Edilen: Ekstra Ucuzluk Sanal Mağazacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“Forever living products”*** adlı ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 23.11.2016 tarihli görünümünde “Forever Ürünleri” adlı kullanıcı hesabı ile *“Forever living products”* adlı muhtelif gıda takviyesi ve kozmetik ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda *“Forever ürünleri Türkiye’de en ucuz”, “Daha ucuzu yok”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.facebook.com](http://www.facebook.com) adresli internet sitesinin 23.11.2016 tarihli görünümünde “Forever Ürünleri” adlı kullanıcı hesabı ile *“Forever living products”* adlı muhtelif gıda takviyesi ve kozmetik ürünlere ilişkin yapılan tanıtımlarda *“Forever ürünleri Türkiye’de en ucuz”, “Daha ucuzu yok”* şeklinde nesnel üstünlük iddiası taşıyan, ispata muhtaç ifadeler kullanılmasına rağmen; anılan ifadelerin firmanız tarafından sunulan bilgi ve belgelerle ispatlanamaması nedeniyle tüketicilerin yanıltıldığı; dolayısıyla, inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin; 71, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 7/5 ve 9 uncu maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre,reklam veren **Ekstra Ucuzluk Sanal Mağazacılık 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.

**32)**

**Dosya No: 2016/868**

**Şikayet Edilen:** **Arena Global Pazlama Kozmetik Limited Şirketi**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 17.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.harikayorumlar.com](http://www.harikayorumlar.com) adresli internet sitesinin 17.08.2016 tarihli görünümünde yer alan **nicoderm-tr.net** isimli domain yorumlarında*;* *“Nicoderm pastil; sigara içenlerin sigara isteklerini geciktirmek ve sigaradan uzaklaştırmak için formüle edilmiştir. Canınız her sigara istediğinde Nicoderm Pastili bir şeker gibi ağızda eritilmek sureti ile kullanılan bir gıda ürünüdür. Nicoderm Türkiye de ilk defa bitkisel sigara bırakma pastili olarak üretilmiş tek üründür. İçeriğinde bulunan meyan kökü ve patlıcan özünden elde edilmiş sigara isteğini tamamen ortadan kaldıran bir formül olan Nicoderm sigaradan uzaklaşmanızı sağlar.  Nicodermin etkisi çabuk başlar. Nicoderm tamamen bitkisel bir ürün olup hiçbir kimyasal madde katılmamıştır. Ulusal ve uluslararası kullanıcıların beğenisini kazanmıştır. Nicoderm; sigara isteğinizi unutturacak bir jeldir, avucunuzun içine sıkıp ovalamanız yeterlidir. Dakikalar içersinde saatlerce sürecek olan bir sigara tatmini duyacaksınız. Nicoderm; elinizde, cildinizde veya elbisenizde leke yapmaz istenmeyen koku oluşturmaz.  Nicoderm; kanun gereği sigaranın yasak olduğu uçaklar, çalışma ofisleri, barlar, restoranlar sinemalar, uzun otobüs yolculukları gibi mekânlarda kimsenin fark etmeyeceği şekilde sigara ihtiyacınızı karşılamak için dizayn edilmiş ve üretilmiştir.  Nicoderm sigarayı bırakmanıza destek olacak doğal bir bitkisel bileşimdir. Sigarayı bıraktığınız anda vücut kendi kendini tamir etmeye başlar. On yıl içinde vücut hiç sigara içmemiş gibi olur. Ancak, sigarayı bırakmak için kanser ya da kalp hastası olmayı beklerseniz, vücudunuzun kendini tamir etmesi için pek fazla vakti olamayacaktır. Ne yazık ki, bu hastalıklar çoğunlukla öldürücüdür. Sigarayı bırakmanız için daha iyi bir sebep olamaz. Nicoderm Diş Beyazlatıcı ve Tartar Önleyici Jel Diş hassasiyetini giderir. Diş çürümelerini önler. Dişlerinizi, diş minesine zarar vermeden hassas bir şekilde beyazlatır. KENDİNİZE ŞANS TANIYIN! İletişim kanalları; Şube adresimiz; Sultan selim caddesi, Turan sokak, no:13/4  Telefon; 0212 270 88 44 Web adresimiz;*[*www.nicoderm-tr.net*](http://www.nicoderm-tr.net/)*”* 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” veya “kozmetik ürün” 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;

- Kozmetik Yönetmeliğinin 4, 10 uncu maddeleri,

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

- 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,

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

- Söz konusu reklamların yayınlandığı tarihlerde yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin (29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazete.) 6, 40/1, 42/1, 42/2 inci maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 7, 8, 9 ve 13 üncü 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, 9/4, 9/5 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**33)**

**Dosya No: 2016/1796**

**Şikayet Edilen: İhealth Sağlık Ürünleri ve İlaç San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Firmaya ait broşürde yer alan ***“Red Krill Oil”*** isimli ürüne yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Firmaya ait broşürde yer alan tanıtımlarda; *“Dört Dörtlük Kırmızı Güç. 1) Red Krill Oil esansiyel yağ asitleri olan EPA ve DHA’yı* ***yüksek oranda*** *içerir. En önemli omega 3’lerden EPA ve DHA içeren Red Krill Oil plazmada ulaştığı yüksek değerlerle; Kalp ve damar sağlığı, beyin ve sinir sistemi,* ***eklem sağlığı, göz sağlığı, kadın sağlığı üzerinde*** *koruyucu* ***ve tedavi edici destek sağlar.*** *2) Red Krill Oil, özel fosfolipit yapısı ile yüksek* ***biyoyararlanım sağlar, hastanın tedaviye uyumunu kolaylaştırır****. Krill oil fosfolipit yapısı ile trigliserid yapıdaki balık yağına göre daha üstündür. … Krill yağı mideyi rahatsız etmez, geğirti ve ağız kokusuna neden olmaz. Balık yağı mideyi rahatsız eder, geğirti ve ağız kokusuna neden olur. 3) Red Krill Oil, en güçlü antioksidan olan astaksantin içerir. Krille kırmızı rengini veren astaksiantin serbest radikalleri nötralize ederek,* ***organ ve hücre hasarını önler****. Astaksantin, antieflamatuar özellikleri olan, kan – beyin bariyerini geçebilen çok güçlü bir antioksidandır.* ***Astaksantinin HDL’yi yükseltirken LDL’yi düşürdüğü ve trigliseridi dengelediği çalışmalarda kanıtlanmıştır.*** *Red Krill Oil Balık yağından 48 kat, coenzyme’den 34 kat daha fazla antioksidan içermektedir. 4) Red Krill Oil’de bulunan Kolin,* ***beyin ve karaciğer sağlığını destekler****. Kolin, merkezi sinir nöronlarının önemli bir yapı taşıdır.* ***Red Krill Oil’de bulunan fosfatidilkolin beyin ve karaciğer sağlığını destekler.******Kolin aynı zamanda öğrenme ve hafıza süreçlerinde yönetici rol oynayan asetil kolinde de bulunur. Beyin ve Damar Sağlığında yüksek başarı sağlar:*** *Red Krill Oil kullanan kişilerde EPA ve DHA artışı balık yağı kullananlara göre 4 hafta sonunda +%24 iken, 7 hafta sonunda daha da yükselerek +%45’e ulaşmıştır.* ***Kolestrol, Trigliserit ve Glukoz değerlerinde iyileşme sağlar:*** *Krill Oil kullananların balık yağı kullananlara göre trigliserit ve LDL değerlerinde anlamlı düşüşler, HDL değerlerinde de anlamlı artışlar görülmüştür.* ***Krill Oil kullananların glukoz ve kolestrol değerlerindeki düşüş, balık yağı kullananlardaki düşüşe göre daha fazladır.*** *Red Krill Oil plazmada ulaştığı EPA ve DHA oranları ile beyin ve kalp sağlığında güçlü etki sağlar****. Red Krill Oil fosfolipit yapıdadır; Ağızda koku, geğirti ve midede rahatsızlık yapmaz. Hastanın tedaviye uyumunu kolaylaştırır. Red Krill Oil ağır metal, toksit madde içermez.****”* 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 reklâm ve tanıtımların;

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

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

- Söz konusu reklamların yayınlandığı tarihlerde yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin (29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazete.) 6, 40/1, 42/1, 42/2 inci maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 7, 8, 9, 13 ve 17/3 üncü 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, 9/4, 9/5 ve 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **İhealth Sağlık Ürünleri ve İlaç San. Tic. Ltd. Şti** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **5.812-TL (Beşbinsekizyüzoniki Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesine karar verilmiştir.

**34)**

**Dosya No: 2016/2626**

**Şikayet Edilen: Zencefil Baharat** - **Altan Arifoğlu**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.zencefil.com.tr](http://www.zencefil.com.tr) ve [www.zencefildunyasi.com](http://www.zencefildunyasi.com) isimli internet sitelerinde yer alan ürünlere yönelik tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 05.12.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.zencefil.com.tr](http://www.zencefil.com.tr) adresli internet sitesi tıklandığında firmaya ait [www.zencefildunyasi.com](http://www.zencefildunyasi.com) adresine yönlendirme yapıldığı ve bu sitenin 05.12.2016 tarihli görünümünde*; “****Enginar ve Karahindibağ Ekstraktı 250 ml:*** *Bitkinin yaprakları, Antik Yunan ve Roma imparatorluklarında sindirime yardımcı olması için tüketilmiş. Enginar yaprakları geleneksel Avrupa tıbbında safra akışını uyarmak, böbrekleri çalıştırmak ve idrar söktürücü olarakta kullanılmıştır. Bunun yanı sıra sindirime yardımcı olması, karaciğeri temizlemesi, vitamin ve mineral bakımından zengin olması enginarın diğer faydaları arasında sayılıyor.* ***Yeşil Kahve Form Çayı:*** *Yeşil Kahve Form Çay ile Fazlalıklar artık sorun değil! Tüm Avrupa da ve Amerika Kıtasında Latin Kahvesinin (Yeşil Kahve) rüzgarları esiyor. Bütün doktorlar, yaşam koçları ve ünlü kliniklerin diyetisyenleri ellerindeki bu muhteşem ürünü televizyonlarda anlata anlata bitiremiyorlar. Şimdi de Türkiye bu ürünü bulmak ve kullanmak mümkün. Yapılan araştırmalar yeşil kahve çekirdeklerinde klorojenik asit' in diğer bir çok gıda'dan daha fazla olduğunu ortaya koyuyor. Yeşil kahve, kökboyasıgiller (Rubiaceae) familyasının Coffea cinsinden 5 metreye kadar büyüyebilen bir ağaçtır. Normal kahve gibi kavrulma işleminden geçmediği için, faydalı etkilerini kaybetmemiştir. Yeşil kahve form çayı ile kendinizi Latin rüzgarlarıyla Hafiflemiş hissediceksiniz.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- Söz konusu reklamların yayınlandığı tarihlerde yürürlükte bulunan mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği’nin (29.12.2011 tarih ve 28157 sayılı Resmi Gazete.) 6, 40/1, 42/1, 42/2 inci maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin 7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 7, 8, 9, 13 ve 17/3 üncü 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, 9/5, 26/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**35)**

**Dosya No: 2016/320**

**Şikayet Edilen: Onur KIZIKLI**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.instagram.com/novateatox](http://www.instagram.com/novateatox) adresli internet sitesinde yer alan ***“Nova Teatox Detox Çayı”*** isimli ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14.03.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler**: [www.instagram.com/novateatox/](http://www.instagram.com/novateatox/) adresli internet sayfasının 14.03.2016 tarihli görünümünde; ***“Detoks çayı ile sağlıklı ve hızlı zayıflayın. (…) sgglmhusyn- Çok etkili bir ürün. 1,5 ay oldu kullanalı 9 kilo verdim. Herkese kesinlikle tavsiye ederim. Teşekkür ederim @novateatox (…) Gerçek kullanıcılar gerçek yorumlar selvi.selvi- Kesinlikle herkese tavsiye ederim. 74 kilodan 63 kiloya düştüm. İki kutu kullandım direkt bölgesel yağlar gidiyor. Teşekkürler @novateatox (…)Kullanıcı yorumu: @ddlkklc- Ben bu çayı 3 buçuk ay kullandım ve 14 kilo verdim. Düzenli kullanıp bol su ve yediklerine dikkat ederek kolayca kilolardan kurtuluyorsunuz. (…) Ben çayınızı kullanarak 1 ayda 6 kilo verdim.74 kilodan 68 kiloya düştüm. Çok da bir şey yapmama gerek kalmadan bu sonuca ulaştım çok mutluyum:) Kullanıcı yorumu: @gulsahkkara (…)”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

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

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

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan Mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40/1, 42/1, 42/2 ve 42/5-b maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 7, 8, 13 ve 15 inci maddeleri,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**36)**

**Dosya No: 2016/1447**

**Şikayet Edilen: Danem Süt ve Süt Ürünleri Ambalaj Gıda Eğitim Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.kefirdanem.com](http://www.kefirdanem.com) adresli internet sitesi ile Migros Mağazası Florya şubesi reyonunda yer alan ***“Kefirzadem”*** marka ürüne ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 18.10.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Ambalaj

**Tespitler**: Firmaya ait **“Kefirzadem”** markalı ürünün Migros Florya (M) Şubesi teşhir reyonunda; ***“Dikkat! Bu ürün doğal mayadan üretildiği için serum ayrılması (altına ya da üstüne suyun çıkması) meydana gelebilir. Çalkalandığı zaman homojen görüntüsünü alacaktır”*** ifadesi ile anılan ürün ambalajında; ***“Doğal kefir danelerinden üretilmiştir.”*** şeklinde ifadelere yer verilirken,

[www.kefirdanem.com](http://www.kefirdanem.com) adresli internet sitesinin 18.10.2016 tarihli görünümünde; ***“Doğal, Katkısız, Dane mayadan üretildiği”***, ***“Ülkemizde ve dünyada hem doğal ve faydalı birçok bileşeni içeren hem de lezzet bileşenleri oluşturabilen tek yoğurt mayası olduğu”*** ve ***“En iyi ve güvenilir kefir mayası olduğu”***ifadeleri ile birlikte ***“Sıkça Sorulan Sorular/Kefirin Faydaları”*** başlıklı bölümde; ***“(…) Kefirin, antikanserojenik özelliğinin varlığı güncel yayınlarla bildirilmekle, özellikle düzenli tüketiminin içerdiği biyoaktif bileşenlerden dolayı (CLA gibi) kansere karşı olumlu sonuçlar verdiği araştırma bulgularında bahsedilmektedir.(…) Antioksidanlarca zengin olan kefir tüketimiyle yaşlanmaya karşı savaşır; hücre yenileyici özelliğiyle cildi iyileştirir, saçları güçlendirir. (…) Düzenli kefir tüketimi kandaki kötü huylu LDL kolesterolü azaltır, iyi kolesterol HDL’yi artırır. Probiyotiklerin kötü kolesterolü azaltıcı etkisi araştırmalarla tespit edilmiştir. (…)İçerdiği omega 9 yağ asitleri ve sfingolipitler beyin hücrelerinin yapıtaşlarında yer alır; ayrıca içerdiği vitamin ve mineraller enerji metabolizmasında zindelik ve konsantrasyon sağlama bakımından bakımından oldukça önemlidir. Ayrıca kefirde serbest bulunan çeşitli amino asitler mutluluk hormonu olan serotonin hormonunun yapı taşında bulunur.(…)”*** şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde **endikasyon** belirten ve bilimsel olarak **ispata muhtaç** ifadeler kullanılarak mevzuatta **izin verilen sağlık beyanlarının** dışına çıkan **tüketicileri yanıltıcı** sağlık beyanlarına yer verildiği, böylelikle *gıda* takviyesi niteliğindeki söz konusu ürünün insan fizyolojisine ve/veya metabolizmasına etki eden bir “**tıbbi ürün**” gibi tanıtıldığı,

Diğer taraftan, anılan internet sitesinde söz konusu ürüne ilişkin olarak yer alan ***“En iyi ve güvenilir kefir mayası”***iddiasının ispatlanamadığı, dolayısıyla mevzuata aykırılık teşkil eden bu tanıtımların,

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

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

- İnceleme konusu reklamların yayınlandığı dönemde yürürlükte bulunan Mülga Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinin 6, 40/1, 42/1 ve 42/2 maddeleri,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nin7 nci maddesi,

- 26.01.2017 tarih ve 29960 mükerrer sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği’nin 5, 7, 8, 13 ve 17 inci maddeleri,

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

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Danem Süt ve Süt Ürünleri Ambalaj Gıda Eğitim Danışmanlık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesinekarar verilmiştir.

**37)**

**Dosya No: 2016/2679**

**Şikayet Edilen: Unilever Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Max Twister Bedava Çubuk Kampanyası”*** tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 28.05.2016-01.06.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Televizyon

**Tespitler**: Firma tarafından düzenlenen **“Max Twister Bedava Çubuk Kampanyası”** başlıklı promosyon kampanyası kapsamında;

Muhtelif televizyon kanallarında 28.05.2016-01.06.2016 tarihleri arasında yayınlanan reklamlar ile <http://www.aslanmax.com/videolar/atlantos-milyonlarca-twister-bedava/> adresli internet sitesinin 17.10.2016 tarihli görünümünde yer alan videoda; ***“Çubuğunda bedava yazıyorsa Max Twister’ını almak için hemen fırla! Milyonlarca Twister, Max Twister çubuklarında!”*** dış sesi ilebirlikte kampanya koşullarına ilişkin bilgilere ***“Kampanya, 1 Haziran-31 Ağustos 2016 arasında Türkiye’de kampanyaya dahil satış noktalarında geçerlidir. Üzerinde Twister BEDAVA yazılı çubukların her 1 adedi için 1 adet Max Twister ürünü kazanılacaktır. Bilgi için www.aslanmax.com ve 4442519. Tavsiye edilen perakende satış fiyatı 1 TL”*** şeklindeki altyazı metninde yer verildiği,

Kampanyaya dahil satış noktalarında yer alan afişlerde ise; ***“Milyonlarca Max Twister bedava”*** sloganı ile birlikte ***“Kampanya, 1 Haziran-31 Ağustos 2016 arasında Türkiye sınırları içinde kampanyaya dahil satış noktalarında geçerlidir. Üzerinde Twister BEDAVA yazılı olan Max Twister ürünlerinin çubukların her 1 adedi için 1 adet Max Twister ürünü kazanılacaktır. Detaylı bilgi için www.aslanmax.com adresin, ziyaret edebilirsiniz. Şikayet ve önerileriniz için Unilever Tüketici Hattı’nı arayabilirsiniz: 4442519.”*** şeklindeki dipnota yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamlardaüzerinde bedava ibaresi bulunansöz konusudondurma çubuklarının tüketiciler tarafından satış noktalarına teslim edilmesi karşılığında Max Twister markalı ürünün hediye olarak verileceğinin vaat edilmesine rağmen söz konusu hediyenin kampanyadan yararlanmak isteyen tüketiciler tarafından pek çok satış noktasından temin edilemediği, dolayısıyla kampanyanın gerektiği gibi yerine getirilmemesi nedeniyle anılan tanıtımların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve tüketici mağduriyetine yol açtığı, bu nedenle inceleme konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5, 9/1, 15/1 ve 26 ncı maddeleri,

-6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Unilever Sanayi ve Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 nci maddeleriuyarınca **232.508-TL (İkiyüzotuzikibinbeşyüzsekiz Türk Lirası) idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**EĞİTİM**

**38)**

**Dosya No: 2016/3233**

**Şikayet Edilen:** **Bel Eğitim A.Ş. (Wall Street English)**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.wse.com.tr](http://www.wse.com.tr) adresli internet sitesi ile satış broşürleri ve muhtelif mecralarda yer alan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 01.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, broşür ve muhtelif mecralar

**Tespitler:** [www.wse.com.tr](http://www.wse.com.tr) adresli internet sitesinin 11.11.2016 tarihli görünümünde; *“****WSE TÜRKİYE****: Wall Street English, Türkiye’de 2001 yılında kurulmuştur ve 9 ilde 15 merkeziyle hizmet vermektedir. 9.000’e yakın öğrencisi bulunan WSE Türkiye, bugüne kadar 3 binin üzerinde kurumsal firmanın da çözüm ortağı olmuştur. Wall Street English, eğitim programının tasarımı, geliştirilmesi, uygulaması ve kalite kontrolü alanında ISO 9001:2008 belgesine sahip ve Cambridge Üniversitesi ESOL Bölümü tarafından yapılan araştırma ile programı ve öğrettiği seviyeleri, Genel Avrupa Dil Standartları (CEFR) ile uyumluluğu kanıtlanan ilk ve tek dil okuludur.* ***Wall Street English, hedeflediği seviyeye ulaşamayan öğrencilere ücretlerinin iade edileceğini, eğitimin başında yazılı olarak taahhüt ederek öğrenim garantisi vermektedir.*** *Bugüne kadar 85.000'den fazla bireye İngilizce eğitimi veren WSE Türkiye, kısa ve orta vadede planladığı yeni eğitim merkezleriyle Türkiye'nin en yaygın ve hızlı gelişen İngilizce Dil Okulu'dur…* *WSE’nin 5 FARKI:* ***Esnek Ders Saatleri****… Wall Street English, İngilizce öğrenmek isteyen öğrencilerine esnek bir eğitim programı sunar. Bu uygulama sayesinde İngilizce eğitiminize dilediğiniz zaman başlayabilir, derslerinize günün her saatinde çalışabilir, ana dili İngilizce olan öğretmenlerimizle yapacağınız pratik derslerinizi kişisel programınıza uygun saatlerde alabilirsiniz. WSE öğrencilerinin İngilizce öğrenmek için sınıf bekleme, sabit gün ve saatlerde eğitim alma zorunluluğu yoktur. Böylelikle; İngilizce öğrenme programınızı, zamanınıza ve ihtiyaçlarınıza uygun olarak düzenleyebilirsiniz…* ***Ortalama 2 Kişilik Sınıflar…*** *Wall Street English öğrencileri, İngilizce öğrenirken ortalama 2 kişilik sınıflarda ders yapma olanağına ve kendilerini özel hissedecekleri bir öğrenim ortamına sahip olurlar. Kişiye özel eğitim sayesinde, seviyeniz her ne olursa olsun, bulunduğunuz seviyeden İngilizce öğrenmeye başlar, ortalama 2 kişilik pratik dersleri ile bol bol İngilizce konuşma fırsatı elde eder, bir sınıfa bağlı olmadan İngilizcenizi geliştirebilirsiniz…* ***Ana Dilinizi Öğrendiğiniz Gibi Doğal Bir Süreç****… İkinci bir dil edinme, tıpkı anadilimizi öğrendiğimiz gibi doğal bir süreçtir. Dinleme, tekrar etme, okuma, konuşma, yazma ve pratik etme adımları ile İngilizceyi ezber gibi yapay değil, anadilimizi öğrendiğimiz gibi doğal bir süreçte edinirsiniz. Wall Street English, bilgi ve pratiği harmanlayan Blended Metod ile İngilizceyi rahatlıkla konuşup, anlamanızı sağlar…* ***Ana Dili İngilizce Olan Uzman Öğretmenler****… Wall Street English merkezleri öğrencilere kapıdan girdikleri ilk andan itibaren tamamen İngilizce konuşulan bir ortam sunar. İngilizce öğretim sertifikasına sahip ana dili İngilizce olan uzman öğretmenlerimiz, İngilizce öğrenme yolculuğunuzda size yol gösterir. İngilizceyi farklı ihtiyaçlarınıza uygun olarak nasıl kullanacağınızı gösterir ve İngilizce konuşma becerilerinizi geliştirmeniz için sizi cesaretlendirir. Tüm bu unsurlar dilin doğal ve içgüdüsel bir tarzda edinilmesini sağlar… Ölçümlenerek İlerleme… Wall Street English’te öğrencilere, dilbilgisi, kelime bilgisi, okuma-yazma becerileri, dinleme-anlama becerileri ve akıcılık açısından gelişimlerini gösteren detaylı raporlar sunulur. Böylelikle başarılarınız sadece eğitimin sonunda değil, ilerlemenizin her adımında ölçümlenmiş olur. İngilizce eğitim metodumuz: WALL STREET ENGLİSH DİL EDİNİM DÖNGÜSÜ: Dil edinim döngüsü Wall Street English'in çalışma metodunu ifade eder. Bir çok dil bilimci, 2. dilin bir çocuğun anadilini öğrendiği gibi spontan olarak edinilebileceğini, klasik sistemde olduğu gibi kelime ve dil bilgisi kurallarını ezberlemekle öğrenilemeyeceğini söylüyor. Bu sebeple Wall Street English "Dil Edinim Döngüsü"nde aynı sürecin birebir uygulandığını göreceksiniz…* ***Ortalama 2 Kişilik Uygulamalı Pratik Dersleri:*** *WSE öğrencileri, ortalama 2 kişiden oluşan derslerle ana dili İngilizce olan uzman öğretmenler eşliğinde pratik yaparlar. Uygulamalı pratik dersleri, yapısı ve uygulanışı bakımından birebir derslerden daha etkilidir…* ***HIZLANDIRILMIŞ İNGİLİZCE MEMBERSHIP:*** *Wall Street English'in sunduğu Membership, daha kısa sürede hızlı ilerlemek isteyen öğrenciler için tasarlanmış bir eğitim programıdır. İngilizce öğrenmek geleceğe yapılan ciddi bir yatırımdır. Bu yatırımın geri dönüşünü daha hızlı almak istiyor ve bunun için “Zamanımı iyi değerlendiririm.” diyorsanız Membership tam size göre. Öğrenciler bu program sayesinde daha yüksek çalışma temposu ile hedeflerine daha kısa sürede ulaşabilirler. Başarısı kanıtlanmış Blended Metot® ayrıcalıkları ile İngilizceyi keyifle ve kolayca öğrenir, rahatlıkla konuşabilirler…* ***Genel Avrupa Dil Standartları:*** *Wall Street English Cambridge Üniversitesi ESOL Sınavları grubu tarafından yapılan bilimsel araştırmaya göre, eğitim programı Genel Avrupa Dil Standartlarına (CEFR) uyumlu olduğu kanıtlanan ilk ve tek dil kursudur. 6 ülke, 5500 öğrenciyi kapsayan ve 2 yıl süren bu araştırma Wall Street English eğitim programının akademik açıdan da farklılığını ve kalitesini göstermektedir…* ***CEFR (Common European Framework Reference for Languages) ile Uyumlu Eğitim Programı:*** *Bir İngilizce dil programını değerlendirmenin en iyi yolu, eğitim programının ve metodunun ne kadar iyi olduğunu, o metotla öğrenmenin getirilerinin ne olduğunu ve dil becerilerini ölçen standartlarla arasındaki uyumu tespit etmektir.* ***Bireylerin İngilizce yeterliliklerini ölçmede kullanılan “altın” standartlar 2001 yılında Avrupa Konseyi tarafından belirlenmiş, bugünün dil öğrenimi dünyasında en çok kabul gören ölçüttür. CEFR, tüm Avrupa’da yabancı dil öğrenenlerin başarılarını tanımlamada en çok kullanılan ve en çok bilinen kriterdir.*** *CEFR’ın ana amacı Avrupa’daki tüm diller için kullanılabilecek bir öğretim ve değerlendirme metodu sağlamaktır. Avrupa ülkelerindeki dil eğitimi için özel olarak tasarlanmış olmasına karşın zaman içerisinde dil yeterliliğinin seviyelerini tanımlamakta kullanılan uluslararası objektif bir standarda dönüşmüştür. Wall Street English de, müfredatının CEFR Dil Yeterlilik Ölçütleriyle uyumluluğunu tespit etmek amacıyla 6 ülkeyi kapsayan ve 2 yıl süren bilimsel bir çalışma yapmıştır. Cambridge Üniversitesi ESOL Sınavları grubunun desteğiyle yürütülen çalışma, iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk aşama, WSE öğrencilerinin İngilizce seviyelerinin CEFR standartlarına uyumlu olan BULATS Sınavı (University of Cambridge Business Language Testing Service / Cambridge Üniversitesi İş Dili Test Servisi) sonuçları arasındaki yakınlığı belirlemiştir. İkinci aşama ise Wall Street English müfredatı ve öğrencilerin dil becerileri ile CEFR İngilizce Yeterlilik Standartları arasındaki kusursuz uyumu ortaya koymuştur. Alanında ilk defa yapılan ve devrim niteliği taşıyan bu çalışma sonucunda Wall Street English'in İngilizce programının CEFR Genel Avrupa Dil Standartları ile uyumlu olduğu kanıtlanmıştır. Böylece Wall Street English, uluslararası alanda kabul görmüş başarı ve yeterlilik ölçütleri ile uyum içinde olduğunu ortaya koyan tek İngilizce eğitim kurumu olma başarısını göstermiştir.* ***CEFR gibi, tüm dünyada tanınmış yeterlilik standartlarını rehber olarak kullanmak, öğrencilerimizin hedeflerine ulaşmada ve doğru dil kursunu seçmelerinde en önemli kriterlerden biridir****.* ***Bu sebeple, Wall Street English olarak bu araştırmanın, diğer dil okullarına da referans olmasını umuyoruz****.* ***İlk ve tek ISO 9001:2008 kalite belgeli Dil Okulu:*** *Wall Street English 2005 Mart itibariyle İngilizce dil öğretim sistemi konusunda ISO 9001:2008 Kalite Belgesi alan dünyanın ilk ve tek dil okulu oldu. Dünyada ilk kez bir dil okulunun İngilizce eğitim ve öğretiminde tasarım, gelişim, uygulama ve kalite kontrol sistemine verilen kalite belgesi, Wall Street English İngilizce eğitim sisteminin ayrıcalığını kanıtlıyor…* ***Uluslararası Mükemmellik Ödülü:*** *Wall Street English Türkiye 3 kere üst üste öğrencilerine sunduğu hizmetin memnuniyeti ve tüm eğitim ekibinin mükemmel hizmete ulaşabilmek için yaptığı çalışmalar nedeniyle “Uluslararası Mükemmellik Ödülü’ne layık görüldü. WSE Türkiye olarak bu gururu hizmette mükemmeliyet prensibiyle eğitim verdiğimiz tüm öğrencilerimizle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz...”* şeklinde ispata muhtaç ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Anılan internet sitesinde yer alan tüm ispata muhtaç ifadelerin tümünün ispatlanamadığı, firma tarafından tüketicilere vaat edilen eğitim sistemi, sınıfların mevcudu, ders veren öğretmenlerin niteliği, ders seçim saatleri ve derslerin işleniş içeriği/yönetimi hakkında söylenen bilgiler ile firmanız tarafından verilen hizmetin uyuşmadığı, “*Pratik derslerinizi kişisel programınıza uygun saatlerde alabilirsiniz. WSE öğrencilerinin İngilizce öğrenmek için sınıf bekleme, sabit gün ve saatlerde eğitim alma zorunluluğu yoktur”* ifadelerine rağmen tüketiciye zorunlu saatler sunulduğu,*“Ortalama 2 kişilik Uygulamalı Pratik Dersleri”* ifadesinin kullanılmasına rağmen, anılan derslere daha fazla kişinin katıldığı, *“WSE öğrencileri, ortalama 2 kişiden oluşan derslerle ana dili İngilizce olan uzman öğretmenler eşliğinde pratik yaparlar. Uygulamalı pratik dersleri, yapısı ve uygulanışı bakımından birebir derslerden daha etkilidir”* ifadesinin kullanılmasına rağmen derslere Türk öğretmenlerin rehberlik yaptığı ve multimedyadan ders işlendiği için anadili İngilizce olan öğretmenlerle ders yapılamadığı, dolayısıyla “multimedya destekli” olarak ifade edilen eğitimin tamamen “multimedya merkezli” olduğu, “Uluslararası Mükemmellik Ödülü”nün kim tarafından ve nasıl verildiğinin açıklanmadığı, bu ödülü uluslararası yapan unsurların ispatlanamadığı, dolayısıyla tüm bu durumların tüketicileri yanıltıcı olduğu anlaşılmış olup, bahsi geçen tüm bu durumların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Bel Eğitim A.Ş. (Wall Street English)** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**TEKNOLOJİ**

**39)**

**Dosya No: 2016/130**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.teknosa.com](http://www.teknosa.com) adresli internet sitesinde yer alan ***“JBL Studio 270 BK”*** marka ve modeldeki kule tipi hoparlöre ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 04.02.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.teknosa.com](http://www.teknosa.com) adresli internet sitesinde yer alan “JBL Studio 270 BK” marka ve modeldeki kule tipi hoparlöre ilişkin tanıtımlarda iki adet hoparlör görseline yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.teknosa.com](http://www.teknosa.com) adresli internet sitesinde yer alan **“JBL Studio 270 BK”** marka ve modeldeki kule tipi hoparlöre ilişkin tanıtımlarda yer alan ürüne ilişkin görselde iki adet hoparlör görünmesine rağmen ürünü satın alan tüketiciye sadece bir adet hoparlör gönderildiği ve tanıtımlarda söz konusu ürünün tek olarak satıldığına dair herhangi bir ibareye yer verilmediği, bu nedenle söz konusu tanıtımların tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı olduğu,bu nedenle söz konusu reklamın;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7 inci maddesi,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Teknosa İç ve Dış Ticaret A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI**

**40)**

**Dosya No: 2016/3458**

**Şikayet Edilen: : MS İstanbul İç ve Dış Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“BOSCH WAT24480”*** model çamaşır makinesine ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 14-17 Temmuz 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Broşür

**Tespitler:** Reklam veren firma tarafından 14-17 Temmuz 2016 tarihleri arasında ülke genelinde yayınlanan broşürde “BOSCH WAT24480” model çamaşır makinesinin fiyatının 1.829 TL olarak gösterilip üzeri çizilerek 130 TL indirim ile ürünün 1.699 TL üzerinden satışa sunulduğunun ilan edildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklam veren firma tarafından 14-17 Temmuz 2016 tarihleri arasında ülke genelinde yayınlanan broşürde “BOSCH WAT24480” model çamaşır makinesinin fiyatının 1.829 TL olarak gösterilip üzeri çizilerek 130 TL indirim ile ürünün 1.699 TL üzerinden satışa sunulduğunun ilan edildiği ve peşin fiyatına 9 taksit imkanı ile tüketicilere sunulduğu, diğer taraftan Bosch firması tarafından teklif edilen 1719 TL fiyatın ise indirimli peşin fiyat olup ürüne ilişkin taksitli fiyatların daha yüksek olduğu, bu nedenle söz konusu fiyatlandırmada tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı bir hususun bulunmadığı,

Diğer taraftan, reklam veren firmaya ait broşürde yer alan ürünün indirimden önceki fiyattan satıldığını ispatlar nitelikte faturaların firma tarafından ibraz edildiği, bu açıdan söz konusu ilanın Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin “İndirimli satış reklamları” başlıklı 14 üncü maddesinin *“(3) Yapılan indirimin miktarı veya oranı hesaplanırken, indirimli fiyattan bir önceki fiyat esas alınır. (4) İndirimli satışa konu edilen mal veya hizmetlerin indirimden önceki fiyattan daha düşük fiyatla satışa sunulduğunun ispatı reklam verene aittir.”* hükmü açısından da herhangi bir aykırılık bulunmadığı, açıklanan gerekçelerle, söz konusu broşürün, 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**41)**

**Dosya No: 2016/1168**

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

**Şikayet Edilen Reklam: *“Dacia Duster”*** model otomobile ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 25-30 Nisan 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** İnceleme konusu reklamlarda, iki satış temsilcisi arasında geçen diyalogda; ***“(…) Gel bir oyun oynayalım o zaman. Şu beyefendiye Duster’ı satacağım. Hem de senin istediğin özellikleri anlatmadan…”, “Peki… 4x4, güçlü performans ve 52.150 TL’den başlayan fiyatlar…”*** ifadelerine yer verildiği, diğer taraftan reklam altyazısında aracın başlangıç fiyatının 52.150 TL olduğunun belirtildiği, bu fiyatın Dacia Duster Ambiance 4x2 1.6 16V 115 bg için geçerli olduğuna ve gösterilen modelin **Duster Laureate 4x4 modeli** olduğuna dair ifadelerin yer aldığı, ayrıca reklamın arazide geçen bölümünde yer alan araç içi konuşmalarda, aracı test eden kişi rolündeki oyuncu tarafından sorulan ***“Peki fiyatı ne kadar?”*** şeklindeki soruya satış temsilcisi rolündeki oyuncu tarafından ***“52.150 TL”*** şeklinde yanıt verildiği, devamında aracı test eden sürücü tarafından ***“Aldım gitti”*** ifadesinin kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** İnceleme konusu reklamda, iki satış temsilcisi arasında geçen diyalogda aracı test etmek isteyen müşteriye aracı tanıtmaya hazırlanan satış temsilcisine araç özelliklerinin yazılı olduğu not kağıdı verilirken aynı anda sözlü olarak “4x4” ifadesinin kullanıldığı*,* her ne kadar not kağıdında 4x4 ibaresinin altında “seçeneği” ibaresi bulunsa da **konuşmalarda “seçenek” ifadesinin kullanılmadığı,** böylelikle tüketicilerde **52.150 TL’ye 4x4 özelliğine sahip bir araç satın alınabileceği izlenimi uyandırıldığı,**diğer taraftan aracın başlangıç fiyatının 52.150 TL olduğunun, bu fiyatın Dacia Duster Ambiance 4x2 1.6 16V 115 bg için geçerli olduğunun ve gösterilen modelin **Duster Laureate 4x4 modeli** olduğunun reklam altyazısında belirtildiği, ancak reklamın arazide geçen bölümünde yer alan araç içi konuşmalarda, ***“Peki fiyatı ne kadar?”*** şeklindeki soruya ***“52.150 TL”*** şeklinde yanıt verildiği, devamında sürücü tarafından ***“Aldım gitti”*** ifadesinin kullanıldığı,böylelikle tüketicilerde, **reklamda gösterilen ve test edilen aracın (Duster Laureate 4x4 modelinin) fiyatının 52.150 TL olduğu şeklinde izlenim oluşturulduğu, dolayısıyla altyazıda verilen bilgilerle reklamda kullanılan sesli ifadelerin birbiriyle çeliştiği,** bu durumun tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu nedenle söz konusu reklamların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliğinin 7/1, 7/2, 7/3, 7/4, 7/5/a, 7/5/ç, 13/1, 18/7 maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Mais Motorlu Araçlar İmal ve Satış A.Ş.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **232.508-TL (İkiyüzotuzikibinbeşyüzsekiz Türk Lirası)** **idari para ve anılan reklamları durdurma cezaları** verilmesinekarar verilmiştir.

**ENERJİ**

**42)**

**Dosya No: 2016/3689**

**Şikayet Edilen:** **Belsin Petrol San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Positive card ile alışveriş yapılması durumunda %5 indirim yapılacağına ilişkin reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 30.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** Afişler, billboardlar ve muhtelif mecralar

**Tespitler:** “Petrol Ofisi” logolu işyerinin görünür yerlerinde asılı olan afişlerde, billboardlarda *“%5 indirim”* ifadesine yer verildiği tespit edilmiş ve fakat hiçbir istisnai alt yazıya rastlanmayan afişlerin olduğu anlaşılmış, yol üzeri bazı afişlerde indirimli kampanyanın başlangıç bitiş tarihlerine yer verilmediği de tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Kayseri Ticaret İl Müdürlüğü tarafından yapılan inceleme sonucunda; yukarıdaki “Petrol Ofisi” logolu işyerinin görünür yerlerinde asılı olan afişlerde, billboardlarda positive card ile alışveriş yapılması durumunda*“%5 indirim”* uygulanacağı ifadesine yer verildiği tespit edilmiş ve fakat akaryakıt istasyonu girişindeki afişte sadece *“%5 indirim”* ifadesi yer aldığı ve herhangi bir istisnaya yer verilmediği,

Diğer taraftan anılan firma tarafından gönderilen billboard reklamlarında ise indirimli satışın başlangıç-bitiş tarihlerinin yer almadığıanlaşılmış olup; dolayısıyla, bahsi geçen tüm bu durumların,

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 13, 14,18, 19, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**DİĞER**

**43)**

**Dosya No: 2016/1682**

**Şikayet Edilen: Çınar Kozmetik- Rıdvan POLAT**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.salomonkampanya.info](http://www.salomonkampanya.info) adresli internet sitesinde yer alan ***“Salomon”*** marka ayakkabıya ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 11.08.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.salomonkampanya.info](http://www.salomonkampanya.info) adresli internet sitesinde; "*Salomon Kaliteli Şık Konforlu 6 farklı model tek fiyat 89TL. Original. Tasarım harikası Salomon. Salomon SpeedCros 3W Serisi, yumuşak ve kaygan zeminlerde tutuş için agresif bir diş yapısına sahipultra hafif ideal bir koşu ayakkabısıdır. Su geçirmez ve çekmey yapmayan örgü ve tekstil. Climashield. Quicklace bağcık sistemi. Ayakları koruyan sensifit sistem Taban Ortholit. Salomon arazi koşu ve yürüyüş ayakkabıları sınıfında diğerlerine göre üst sıralarda yer almasının sebebi aşağıdaki teknolojik özellikleriyle birlikte üstün taban yapısıyla karışık zemin koşullarında kusursuz tutunma sağlanmasıdır. Contagrip Taban. Mud&Snow Contagrip Taban. Sensifit sistem. Yürü Koş Gez Her anında Yanında.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** [www.salomonkampanya.info](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.salomonkampanya.info) adresli internet sitesinde satışı ve tanıtımı yapılan Salomon marka ürünlere yönelik *" Salomon Kaliteli Şık Konforlu 6 farklı model tek fiyat 89TL. Original. Tasarım harikası Salomon. Salomon SpeedCros 3W Serisi, yumuşak ve kaygan zeminlerde tutuş için agresif bir diş yapısına sahipultra hafif ideal bir koşu ayakkabısıdır. Su geçirmez ve çekmey yapmayan örgü ve tekstil. Climashield. Quicklace bağcık sistemi. Ayakları koruyan sensifit sistem Taban Ortholit. Salomon arazi koşu ve yürüyüş ayakkabıları sınıfında diğerlerine göre üst sıralarda yer almasının sebebi aşağıdaki teknolojik özellikleriyle birlikte üstün taban yapısıyla karışık zemin koşullarında kusursuz tutunma sağlanmasıdır. Contagrip Taban. Mud&Snow Contagrip Taban. Sensifit sistem. Yürü Koş Gez Her anında Yanında. "* şeklind*e* yapılan tanıtımların yanıltıcı nitelikte olduğu, ürünlerin orijinal olmadığı, bu sebeple ürünlerin iade etmek istenmesine rağmen firmaya ulaşılamadığı böylece tüketicilerin mağdur edildiği, bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 18, 29, ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**44)**

**Dosya No: 2016/2119**

**Şikayet Edilen: Flo Mağazacılık Ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklâm:** [www.flo.com.tr](http://www.flo.com.tr) adresli internet sitesinde yer alan **“*Kadın sezon ürünlerinde 1 alana 1 bedava”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** [www.flo.com.tr](http://www.flo.com.tr) adresli internet sitesinde; *“Kadın ürünlerine özel 1 alana 1 bedava”* ifadesine yer verildiği, dipnot kısmında ise *“kampanya* [*http://flo.com.tr/kadin-sezon-urunlerinde-1-alana-1-bedava.html*](http://flo.com.tr/kadin-sezon-urunlerinde-1-alana-1-bedava.html) *adresindeki ürünlerde geçerlidir*” ifadesine yer verildiği, ayrıca firma tarafından gönderilen tüketiciye ait sipariş detay bilgisi incelendiğinde ise 1 adet kadın ayakkabısı ve 1 adet çocuk ayakkabı satın alındığı tespit edilmiştir.

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

**45)**

**Dosya No: 2016/3599**

**Şikayet Edilen: Flo Mağazacılık ve Pazarlama A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam: *“Kinetix Kış 2016”*** başlıklı reklamlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 10-30.11.2016

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet, televizyon

**Tespitler** *"Kinetix 2016 Kış"* başlıklı televizyon reklamlarında; "*Diyelim ki bu hafta sonu kampa gitmek istedi. Kinetixin seç, yola koyul. Yağmur çamur dinlemez, su geçirmez. Ne demiştik bize her gün Kinetix"*  şeklinde ifadelere yer verildiği, diğer taraftan, [www.kinetix.com.tr](file:///D:\Users\33451814414\Documents\www.kinetix.com.tr) adresli internet sitesinde ise "*Kinetix tüketicinin en iyi bildiği ve en çok tercih ettiği ilk 5 spor ayakkabı markası arasında yer almaktadır.*" ifadelerine yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** **"Kinetix 2016 Kış**" başlıklı televizyon reklamlarında, "*Diyelim ki bu haftasonu kampa gitmek istedin. Kinetixin seç, yola koyul. Yağmur çamur dinlemez, su geçirmez. Ne demiştik bize her gün Kinetix. 79.99TL"*  şeklinde ifadelerin yer aldığı, böylece reklamlarda yer alan tüm (su geçirmeyen kinetixler dahil) modellerin 79.99TL'den satıldığı şeklinde tanıtım yapılmasına rağmen bu fiyatın su geçirmeme özelliği bulunmayan bir model için geçerli olduğu, reklamların "su geçirmez Kinetix"leri tanıtmak için yapıldığı halde su geçirmeyen bir modele ilişkin fiyatın verilerek ortalama tüketici nezdinde karışıklığa yol açıldığı, böylece tüketicilerin eksik bilgilendirildiği ve reklamların tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu, bu durumun;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**46)**

**Dosya No: 2016/4134**

**Şikayet Edilen: Orallar Deri ve Deri Mam. San. Tic. A.Ş.**

**Şikâyet Edilen Reklam:** *“Matmazel”* isimli mağazalarda; ***“Matmazel markalı ürünlerde 1 alana 1 bedava”*** şeklinde yapılan tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Afiş, vitrin

**Tespitler:** Mağaza girişlerinde ve vitrinlerde yer alan afişlerde; *“ Matmazel markalı ürünlerde 1 alana 1 bedava. Yabancı markalı ürünlerde ve valizlerde 250TL’ye 50TL,500 TL’ye 125TL anında indirim”* dipnotta ise; “*İndirim tüm ürünlerde sezon fiyatları üzerinden geçerlidir"* ifadesine yer verildiği tespit edilmiştir.

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

**47)**

**Dosya No: 2016/1692**

**Şikayet Edilen: Favorit Pazarlama İnş. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** ***“A Shopping TV”*** isimli televizyon kanalında yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** Televizyon

**Tespitler:** Firma tarafından “A Shopping TV” isimli/logolu televizyon kanalında “Relax Shower” duş başlığı isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Suyunuzu boşa akıtmayın, paranızı sokağa atmayın. (…) Duş alırken akıttığınız sudan %70 tasarruf edersiniz, elektrik ve doğalgazdan tasarruf edersiniz, suyu arıtır, klor ve kirecin cildinize zarar vermesini önler, duş alırken masaj etkisi yapar, masaj yaptırmış gibi rahatlarsınız, normal duş başlıklarına göre suyu 10 kat daha güçlü akıtır. Orijinal polikarbondan ve %100 paslanmazdan üretilmiştir. Relax shower su arıtmalı sihirli duş başlığıyla aylık su faturanızdan %70’e varan oranda tasarruf edeceksiniz. Relax shower sihirli duş başlığı 2 ay içerisinde ödediğiniz parayı amorti eder. Relax shower sihirli duş başlığı suyun içerisindeki yosun ve kireci arıtarak cildinizin bunlardan zarar görmesini engeller. 6 katlı filtre sistemi ile suyu temizleyecek, içerisindeki paslanmış boru kalıntılarından, kirlerden ve tortularından arındıracak.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından “A Shopping TV” isimli/logolu televizyon kanalında “Relax Shower” duş başlığı isimli ürüne ilişkin olarak yayınlanan tanıtımlarda; *“Suyunuzu boşa akıtmayın, paranızı sokağa atmayın. (…) Duş alırken akıttığınız sudan %70 tasarruf edersiniz, elektrik ve doğalgazdan tasarruf edersiniz, suyu arıtır, klor ve kirecin cildinize zarar vermesini önler, duş alırken masaj etkisi yapar, masaj yaptırmış gibi rahatlarsınız, normal duş başlıklarına göre suyu 10 kat daha güçlü akıtır. Orijinal polikarbondan ve %100 paslanmazdan üretilmiştir. Relax shower su arıtmalı sihirli duş başlığıyla aylık su faturanızdan %70’e varan oranda tasarruf edeceksiniz. Relaax shower sihirli duş başlığı 2 ay içerisinde ödediğiniz parayı amorti eder. Relax shower sihirli duş başlığı suyun içerisindeki yosun ve kireci arıtarak cildinizin bunlardan zarar görmesini engeller. 6 katlı filtre sistemi ile suyu temizleyecek, içerisindeki paslanmış boru kalıntılarından, kirlerden ve tortularından arındıracak.”* şeklinde, doğruluğunun bilimsel test/raporlar ve/veya diğer belgeler ile kanıtlanması gereken iddialara yer verildiği ancak söz konusu iddiaların somut, hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı, dolayısıyla tüketicilerin satın alma kararının etkileyen ve tüketicileri aldatıcı ve yanıltıcı nitelikte olan söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Favorit Pazarlama İnş. 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: 2016/3040**

**Şikayet Edilen: Elbir Dış Tic. ve İnş. San. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firmaya ait [www.elbirltd.com](http://www.elbirltd.com) adresli internet sitesinin 11.08.2016 tarihli görünümünde yer alan “Büyüteç Kart” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yakını görmek hiç bu kadar kolay olmadı. Her okumada gözlük zorunluluğuna son. Gözlerinizin yetmediği yerde.”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firmaya ait [www.elbirltd.com](http://www.elbirltd.com) adresli internet sitesinin 11.08.2016 tarihli görünümünde yer alan “Büyüteç Kart” isimli ürüne ilişkin tanıtımlarda; “*Yakını görmek hiç bu kadar kolay olmadı. Her okumada gözlük zorunluluğuna son. Gözlerinizin yetmediği yerde.”* şeklinde, tedavide etkinliği ve emniyeti kanıtlanmamış söz konusu ürüne ilişkin, tüketicileri yanıltıcı sağlık beyanlarına yer verildiği, dolayısıyla bu hususun;

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

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Elbir Dış Tic. Ve İnş. San. 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: 2016/3645**

**Şikayet Edilen: Hasbro Oyuncak San. ve Tic. A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif sosyal mecralarda yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından yayınlanan tanıtım filminde; taksi şoförü olarak canlandırılan karakterin; “*Yılbaşı trafiği diye bir şey var kardeş. Taksimetre ne mi yazar? Biliyorum ama söylemem, sürpriz. Duyunca, sen de bir hoş olacaksın.”* ifadelerini kullanırken, işletme çalışanlarının ise, “*Yılbaşında paltoyla alamıyoruz. Fişi kesiyoruz, nakit olarak alabildiğimiz kadar alıyoruz. Üstündekileri verince sen de gevşeyeceksin.”* ve *“… Grupla geleceksen biz de sana bir güzellik yapacağız tabi. Hesabı görünce korkma, sen de zevk alacaksın”* şeklinde ifadeler kullandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Reklamda yer alan oyuncuların kullandığı vücut hareketleri ve mimikler yukarda bahsi geçen ifadeler ile birlikte değerlendirildiğinde, taksi ve eğlence mekanı işletmecilerinin sundukları hizmetin kötülendiği, bunun yanı sıra genel ahlak kurallarına aykırı nitelikte görüntü ve ifadelerin ortaya çıkmasına sebebiyet verildiği;

Bununla birlikte, tanıtımı yapılan ürünlerin birçoğunun 12 ve daha düşük yaş gruplarınca da oynanabilecek ürünler olmasından ötürü, ilgili tanıtımların, yukarıda bahsi geçen gerekçeden hareketle, bu tanıtımlara muhatap olan çocukların fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik veya toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz etkileyebilecek nitelikte olduğu değerlendirildiğinden, bahsi geçen bu durumun;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 5/1-a, 5/1-c, 7/2, 7/3, 9/5, 10/1, 24/1-a, 24/1-f ve 32/1 inci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Hasbro Oyuncak San. ve 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.

**50)**

**Dosya No: 2016/3646**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** Muhtelif sosyal mecralarda yayınlanan tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Firma tarafından “Facebook, Youtube” gibi sosyal mecralarda yayınlanan “*Çiçeksepeti Aşkınızı Kurtarır”* başlıklı tanıtımlarda; sevgilisi doğum gününü hatırlamadığı için bulunduğu apartman dairesinin camında intihar etmek isteyen bir kadın figürünün canlandırıldığı, apartmanın önünde toplanan kalabalığın ise; *“… Kız haklı beyler. Atlaması lazım. Atla atla atla…”* şeklinde tezahüratta bulunduğu, yine aynı kalabalıkta yer alan iki bayanın; *“Atla kızım bunların hepsi aynı. - Biz atlamadık da ne oldu sanki.”* şeklinde ifadelerle intihar etmeyi düşünen bayana seslendiği ve reklam filminin son sahnesinde camdan atlayan kadını, üzerinde “çiçeksepeti” yazan bir brandanın kurtardığı ve ekranda beliren yazıda ise; *“Ciceksepeti.com aşkınızı kurtarır.”* ifadesine yer verildiği görülmektedir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu hizmetin yukarıda bahsi geçen ifade ve görsellerle tanıtımının yapılmasının, kamu düzenini bozan ve **toplum tarafından olumsuz karşılanacak davranışları özendiren, destekleyen bir görüntü oluşturduğu**, intihar etmeyi düşünen bir bayan figürü ile “çiçeksepeti.com aşkınızı kurtarır” ifadelerinin bir araya getirilmesinin ise bu görüntüyü destekler nitelikte olduğu değerlendirildiğinden; söz konusu tanıtımların;

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

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**51)**

**Dosya No: 2015/1540**

**Şikayet Edilen: Boyner Asistanlık Danışmanlık Teknoloji Telekomünikasyon Temizlik Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.**

**Şikayet Edilen Reklam:** 0212 594 13 02 numaralı telefon hattı aracılığıyla yapılan reklam ve tanıtımlar.

**Reklam Yayın Tarihi:** 09.09.2015

**Yayınlandığı Mecra:** Telefon

**Tespitler:** 09.09.2015 tarihinde tüketicilerin arandığı tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** 09.09.2015 tarihli aramalarda gerçekleştirilen tanıtımlar aracılığıyla “İş Bankası Hayat Sigortası” isimli finansal ürüne ilişkin olarak, tüketicilerin aranarak daha önceden yapılan hayat sigortası sebebiyle paralarının iade edileceğinin ifade edildiği ve bunun için tüketicilerin kredi kart bilgilerinin istenildiği, bu suretle kredi kartlarından muhtelif ücretler kesilerek tüketicilerin yanıltıldığı ve aldatıldığı değerlendirilmiş olup, söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 11, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

Buna göre, reklam veren **Boyner Asistanlık Danışmanlık Teknoloji Telekomünikasyon Temizlik Hizmetleri San. Tic. Ltd. Şti.** hakkında, 6502 sayılı Kanun’un 63 üncü ve 77/12 inci maddeleri uyarınca **anılan reklamları durdurma cezası** verilmesine karar verilmiştir.

**52)**

**Dosya No: 2016/1777**

**Şikayet Edilen: Marshall Boya ve Vernik Sanayi** **A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.marshallboya.com](http://www.marshallboya.com) adresli internet sitesinde, boya kataloglarında ve “*Marshall Özel Mat*” kodlu ürün ambalajları üzerinde yer alan **“*silinebilir ve leke tutmaz*”** şeklindeki ifadeler

**Reklam Yayın Tarihi:** Ağustos 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet, Katalog ve Ambalaj

**Tespitler:** *“Marshall Silikonlu Özel Mat”* kodlu boya kutuları üzerinde *“silinebilir”* şeklinde ifadelere yer verildiği,

[www.marshallboya.com](http://www.marshallboya.com) adresli internet sitesinin 22.02.2017 tarihli görünümünde bahsi geçen boyaya ilişkin olarak; *“Üstün kalitesiyle boya profesyonellerinin de bir numaralı tercihidir. Özel parlaklık seviyesiyle ferah yaşam alanları yaratır.* ***Mükemmel silinebilme*** *ve mükemmel örtücülük özellikleriyle öne çıkar. Çabuk kurur, rahatsız edici kokusu yoktur, kolayca temizlenir. Su bazlıdır.” ve “su bazlı, silikonlu, özel mat, silinebilir, rahatsız edici kokusu olmayan, zamanla renk değişimi yapmayan, sararmayan,* ***mükemmel kapama*** *ve iyi yapışma özelliğine sahip olan, uygulaması kolay yüksek kaliteli iç mekan duvar boyasıdır.* ***Mükemmel silinebilme ve leke tutmama özellikleri sayesinde üst düzey kaliteye sahiptir****…”* şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Türk Standartları Enstitüsü nezdinde yapılan açıklamalarda “*silinebilir, leke tutmaz*” ibarelerinin TS 5808/Haziran 2012 standardı içinde yer almadığı, dolayısıyla bu özelliklere ilişkin ispatlayıcı bir muayene ve deneyin yapılmadığı/yaptırılmadığı, bu sebeple söz konusu tanıtımlarda yer verilen; “*Mükemmel silinebilme ve leke tutmama özellikleri...”* şeklindeki ifadelerin tüketicileri yanıltıcı nitelikte olduğu ve bu ifadelerin hukuken kabul edilebilir delillerle ispatlanamadığı, dolayısıyla inceleme konusu tanıtımların tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup, söz konusu hususların;

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

- 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 8, 61 ve 62 nci maddeleri

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**53)**

**Dosya No: 2016/3026**

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

**Şikayet Edilen Reklam:** [www.hepsiburada.com](http://www.hepsiburada.com) adresli internet sitesinde yayınlanan ***“1000 TL’lik alışverişe 150 TL (75+75) hediye çeki”*** başlıklı kampanyaya ilişkin tanıtımlar

**Reklam Yayın Tarihi:** 23.08.2016 – 26.08.2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** “*1000 TL’lik alışverişe 150 TL (75+75) hediye çeki*” başlığı altında yapılan kampanyada “*23-26 Ağustos (bu tarih dahil) 2016 tarihleri arasında hepsiburada.com’dan tek seferde yapacağınız 150-499 TL arası alışverişlerde (KDV dahil) 30TL, 500-999 TL (KDV dahil) arası alışverişlerde 75 TL ve 1000 TL ve üzeri ((KDV dahil) alışverişlerde 150 TL hediye çekine hak kazanılacaktır*.” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Firma tarafından yapılan açıklamalar ve yapılan incelemeler neticesinde, kampanya katılım şartlarının açık ve anlaşılır olduğu görülmüş olup; anılan reklamların Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin ilgili hükümleri ile 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun’un 61 inci ve 62 nci maddelerine ***aykırı olmadığına*** karar verilmiştir.

**54)**

**Dosya No: 2016/3642**

**Şikayet Edilen: Koray Spor Spor Malzemeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.**

**Şikayet Edilen Reklâm:** Facebook isimli sosyal paylaşım sitesinde yayınlanan; ***“%25 İndirim Başladı! Aynı Gün Ücretsiz Kargo Dahil, Tüm Nike ürünlerinde anında %25 den başlayan indirimler, korayspor.com*”** başlıklı kampanya tanıtımları

**Reklam Yayın Tarihi:** 2016

**Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Tanıtımlarda *“%25 İndirim başladı! Aynı gün ücretsiz kargo dahil, Tüm Nike ürünlerinde anında %25 den başlayan indirimler, korayspor.com*” şeklinde ifadelere yer verildiği tespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu tanıtımlarda yer verilen; “*Tüm Nıke ürünlerinde anında %25 den başlayan indirimler…*”şeklindeki ifadelerin tüketicileri yanıltıcı ve aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup, söz konusu hususların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin7, 9, 13, 14, 18, 28 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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

**55)**

**Dosya No: 2016/170**

**Şikayet Edilen:** **Bilgi Tüketim Malları Paz. ve Tic. Ltd. Şti.**

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

**Reklam Yayın Tarihi:** 16.10.2015

**Reklamın Yayınlandığı Mecra:** İnternet

**Tespitler:** Anılan internet sitesinde; *“%100 orijinal. Adidas (262 TL değil 79 TL)…klimalı taban, adiprene topuk yastıklaması, yüksek taban ile boyu uzun gösterme, nano teknoloji...”* ifadelerine yer verildiğitespit edilmiştir.

**Değerlendirme/Karar:** Söz konusu reklamlara istinaden alışveriş yapan tüketicilere cayma haklarının kullandırılmadığı, bununla beraber anılan internet sitesinde yer alan; *“%100 orijinal. Adidas (262 TL değil 79 TL)…klimalı taban, adiprene topuk yastıklaması, yüksek taban ile boyu uzun gösterme, nano teknoloji”* şeklindeki ifadelerin ispata muhtaç olduğu, piyasadaki orijinal Adidas markalı ayakkabıların fiyatları göz önüne alındığında “*262 TL yerine 79 TL”ye satılan Adidas ayakkabıların “%100 orijinal”* ifadeleri kullanılarak yapılan tanıtımların gerçeği yansıtmadığı, dolayısıyla tüketicileri aldatıcı olduğu değerlendirilmiş olup, tüm bu durumların;

- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği’nin 7, 9, 11, 13, 14, 28, 29 ve 32 nci maddeleri,

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

hükümlerine aykırı olduğuna,

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